

PONTO &
CONTRAPONTO
CLAUDIO DASCAL

15 anos de artigos sobre telecomunicações



2^a capa

PONTO &
CONTRAPONTO
CLAUDIO DASCAL
15 anos de artigos sobre telecomunicações

P O R S A M U E L P O S S E B O N

Este livro traz uma coletânea de artigos escritos por Claudio Dascal nos mais de 15 anos em que ele foi articulista da Revista TELETIME. Na verdade, Dascal foi um dos idealizadores e fundadores da revista, concebida em 1998 por Rubens Glasberg, de quem Dascal é amigo de infância. Foi um projeto inovador, em uma época em que o mercado de telecomunicações mudava profundamente, num novo ciclo que Dascal percebeu muito antes do que todos nós.

A parceria entre Dascal e a TELETIME foi tão forte que nas primeiras edições era ele quem assinava alguns dos editoriais. Mas seu trabalho foi além da função de articulista. Dascal ajudou a explicar a jornalistas que estavam se familiarizando com o mercado de telecomunicações as entranhas de um setor, apresentou fontes e deu ideias de pauta. Algumas inexequíveis, ou que só ele entendia. Outras absolutamente precisas e que foram fundamentais na história da revista.

Esse projeto só existe porque a família de Dascal teve a ideia de homenageá-lo por ocasião do aniversário de 70 anos e me encomendou essa missão, que realizei com muito prazer. Como colega, amigo e editor de Claudio Dascal nos últimos anos, gostaria de poder afirmar que esses artigos foram o que de melhor ele produziu ao longo dessas sete décadas. Mas tenho certeza de que isso não é verdade. Infelizmente, tive que deixar de fora outros 55 anos de reflexões, histórias e experiências que certamente mereceriam ser registradas. Mas essas Dascal contará diretamente aos netos e amigos.

P O R M I R I A M D A S C A L

Meus filhos e eu resolvemos fazer uma surpresa para o Claudio, este livro, “Ponto e Contraponto”, homenagem aos 70 anos desse marido, pai, sogro e avô sempre dedicado à família, mesmo durante suas incontáveis viagens pelo mundo!

Exemplo de um guerreiro que nunca se deixa abater, generoso e disponível para todos: filhos, família e amigos.

Claudio, coração aberto sem preconceitos, com sua postura incisiva, estimula as pessoas a abraçar desafios.

Na sua vasta experiência de estrategista competente, está um homem modesto que nem almejava ter um livro, mas com tanto tempo e profundidade nas análises feitas como articulista, seria uma pena perder estas reflexões.

Esse espírito empreendedor, essa determinação e competência, abrindo caminhos para si e para outros, foi um estímulo também para que eu encontrasse meu próprio caminho. Diante de problemas graves, relembro suas palavras: faça de um limão uma limonada”.

Parabéns para você Cla!!!

P O R A R I E L D A S C A L

Este livro celebra os 70 anos de vida de Claudio Dascal e mais de 45 anos dedicados ao setor de telecomunicações. Como expectador privilegiado, eu posso afirmar que esta dedicação sempre foi apaixonada e incansável.

Para homenageá-lo à altura, minha mãe, eu e meus irmãos decidimos reunir em um livro, uma coletânea de seus artigos publicados na revista Teletime. São mais de 15 anos de contribuição, com artigos cobrindo uma ampla gama de temas do setor e sempre escritos no minuto final da deadline, aparentemente o momento de maior impulso criativo do autor!

Para este projeto, contamos com a ajuda, ou melhor, com a liderança do Samuel Possebon, o Samuca. Dele foi a organização do livro e a seleção dos artigos. Aproveito para registrar meus sinceros agradecimentos a ele e à equipe da Converge que se envolveu com a publicação dos artigos ao longo de tantos anos.

O livro nos permite reviver a história do setor de telecomunicações nesses últimos quinze anos sob a ótica de um participante ativo, com opiniões fortes. Fiel aos seus princípios, meu pai sempre defendeu o desenvolvimento do setor de telecomunicações, com foco em serviços de qualidade e gerador de empregos e tecnologia nacional.

O livro apresenta uma seleção dos artigos publicados ao longo dos anos. Alguns, mesmo que publicados há anos, ainda se mantêm atuais, outros já prescreveram com o tempo e outros apenas necessitam de uma atualização de siglas ou nomes de empresas para se tornarem contemporâneos.

Minha intenção com este prefácio é apenas manifestar meu orgulho por ter acompanhado esta trajetória.

Boa leitura a todos e parabéns meu pai!

Rio de Janeiro, 20 de outubro de 2013

P O R A N D R É D A S C A L

Quando nos aventurávamos pelas subidas e descidas até o escritório e nos divertíamos nas máquinas de datilografar, às vezes aos sábados e domingos, próximo à Anchieta, nos anos 80, foi quando tomei contato com a vida profissional do meu pai. Meu pai sempre fazia aquela aventura ser lúdica, tanto nas subidas e descidas do percurso, quanto nas “brincadeiras” com aquelas máquinas que só existiam por ali. Daquele tempo, pude ver o envolvimento do meu pai com a sua atividade profissional. Não era tão fácil ver meu pai viajar tanto, mas sempre o vi como um verdadeiro herói, um cara com super energia para poder brincar e ainda jogar um 1x2 no basquete contra mim e o Ariel ou, ainda mais tarde, levar e carregar a Tati por caminhadas a fio em Mauá. Essa energia continua até hoje! Ele é o cara que dá força, que ajuda a mostrar o caminho, que se preocupa e que nos ajuda de todas as formas. Pai, parabéns! Sinto muito orgulho! Parabéns à minha mãe Miriam, ao Ariel e ao Samuca pelo envolvimento neste projeto.

Londrina, 25 de outubro de 2013

conjuntura

- 16 Competição, a grande mudança
- 18 Privatização: the day after
- 20 Estamos em 2000. E agora?
- 22 Argentinos deflagram a competição total
- 24 O fim da euforia
- 28 Aumento de tarifas: o grande desencontro
- 30 Aparentemente todos ganham. É verdade?
- 32 Fusões e aquisições: não é um mar de rosas
- 34 3G: um debate oportuno; um leilão talvez prematuro!
- 36 Copa esbanja tecnologia
- 38 2007 começa com vigor!
- 40 Nostalgia com um olho no futuro...
- 42 Da nostalgia à visão
- 44 Competição tarda, mas não falha!
- 46 Não dá para não investir
- 48 Viagem ao passado e uma visão de futuro
- 50 As faces da mobilidade
- 52 Depois de 15 anos, para onde vamos?
- 55 Internet onipresente, para o bem e para o mal
- 57 PCS: como assegurar o futuro

política

- 62 SMP, oportunidade desperdiçada?
- 64 O descumprimento das metas
- 66 Por que planejar e ordenar o uso do subsolo urbano
- 68 Mobilidade restrita e isonomia
- 70 Portabilidade, direito do usuário. Mas, quem paga a conta?
- 72 É possível mudar de rota
- 74 Inclusão digital, a nova dimensão da universalização
- 76 Renovar ou reformular os contratos?
- 78 Telecomunicação: serviço essencial ou supérfluo?
- 80 A política industrial e a microeletrônica
- 82 WiMAX: a bola da vez?
- 84 Agências fortes e regras estáveis
- 87 Antes tarde do que nunca!
- 89 Inclusão digital, assunto de Estado
- 91 Banda larga e reserva de espectro
- 93 Uma nova banda larga
- 95 Benefícios de uma política industrial para o Brasil
- 98 Reflexões sobre inovação
- 100 Inovação: "puxadinho" não funciona
- 102 Desonerar é uma distorção

estratégia

- 106 Uma ameaça a longo prazo?
- 108 A nova equação dos negócios
- 110 Como fazer de um limão uma limonada!
- 112 Quem ganha com a briga de tarifas?
- 114 Exportação requer planejamento
- 116 Coerência ou conveniência: qual é o melhor caminho?
- 118 Serviços corporativos: nicho mantém-se ativo
- 120 O papel de cada player no conteúdo móvel
- 122 Quais as opções para as operadoras fixas?
- 124 Será a vez do VolP?
- 126 As incríveis possibilidades do SMS
- 128 IMS é a promessa para a convergência
- 130 O acesso do futuro
- 132 Mobilidade e meio ambiente
- 134 A difícil arte de planejar
- 136 A difícil arte de planejar (parte 2)
- 138 Operadoras fixas: a oferta triple play é suficiente?
- 140 As diretrizes tecnológicas para os próximos dez anos
- 142 Smartgrids: o caminho das elétricas para telecom?
- 144 Horizonte meio nublado
- 146 Nem tudo é o que parece
- 148 Luz verde para a 4G. E agora?

mercado

- 152 O processo não pode parar
- 154 Como renegociar a cadeia de valor no e-commerce?
- 156 Internet: oportunidade para o grande salto
- 158 O primeiro estágio da consolidação
- 160 Guerra de padrões, agora nos terminais
- 162 NGN, aos poucos, encontra espaço
- 164 Os terminais e o sucesso das tecnologias
- 166 Wi-Fi: qual é o negócio?
- 168 MVNOs: elasticidade ou canibalização?
- 170 Chegou a hora da 3G
- 172 Concentração é solução para quem?
- 174 Fusões e aquisições: o dia seguinte
- 176 Cada vez mais próximos
- 179 Boas vindas à Vivendi
- 181 Matando a galinha dos ovos de ouro
- 184 O espaço de cada um
- 187 Busca do equilíbrio
- 189 Terceirização de torres e sites
- 192 Fornecedor não é remédio

CON

conjuntura

Os artigos desta sessão discutem situações em momentos específicos destes 15 anos de artigos sobre telecomunicações, mas sua leitura permite encontrar paralelos com o que vivemos hoje e com o que viveremos no futuro.

Competição, a grande mudança

TELETIME 01, ABRIL DE 1998

O Brasil implanta uma revolução total nas telecomunicações. O grande destaque é a próxima privatização do Sistema Telebrás, que de fato tem enorme significado político e financeiro para o governo. E é mais um passo de uma série que permitiu a formação e início do funcionamento da Anatel e das operações dos primeiros concessionários da banda B. A grande mudança, contudo, ainda está para vir. Será o estabelecimento do regime de competição plena.

A privatização das empresas do Sistema Telebrás em si, embora contribua para desonerar o Estado e aumentar sua eficiência, corre sempre o risco de resultar em monopólio privado. Foi o que ocorreu na Argentina, onde no início da década foi privatizada a Entel, com seu desmembramento em duas empresas regionais, a Telefônica e a Telecom, que apesar de terem melhorado sensivelmente a qualidade do serviço prestado, não propiciaram ao consumidor um benefício real de redução de preços, característica do mercado competitivo. Isso levou o governo argentino a antecipar para 1999 o fim deste quadro de monopólio privado.

Vale dizer que começamos bem. No modelo implantado para a telefonia celular, primeiro criamos a competição, com quatro operadores de banda B já em funcionamento, para depois privatizarmos as empresas da banda A, assegurando os dois objetivos principais: desonerar o Estado, além de garantir serviço de qualidade e competitivo para o público consumidor.

O mesmo não se pode dizer das operações fixas, onde primeiro estamos transferindo o monopólio do Estado para a iniciativa privada, para depois, conforme previsto na Lei Geral de Telecomunicações, criar condições de novas empresas autorizadas virem a competir. Este caminho tem precedente na Inglaterra, onde até hoje a agência reguladora tenta criar mecanismos para restringir a atividade da British Telecom e permitir que novos operadores tenham uma participação significativa no mercado.

O exemplo de outros países indica que o grande desafio e o objetivo maior é a competição. Nesse sentido, já se pode citar casos de sucesso como o da indústria wireless nos Estados Unidos, que hoje tem plena competição regional, envolvendo diferentes soluções tecnológicas ou Israel que logrou baixíssimos preços para os consumidores, na oferta de serviços de longa distância internacional, entre outros.

O grande desafio para que tenhamos um ambiente competitivo com

todos os benefícios decorrentes para a sociedade brasileira é que as pessoas em todos níveis se conscientizem da nova realidade e se disponham a abandonar os vícios da cultura de Estado e monopólio na qual se desenvolveu o setor de telecomunicações, ao longo dos últimos trinta anos. Isto se aplica aos que cuidam da regulamentação, que têm a responsabilidade de criar as bases do novo mercado; aos empresários, que têm que buscar competência e competitividade, em um nível global, pensando inclusive em exportar, e principalmente aos profissionais brasileiros que devem ter claro que os parâmetros de referência são outros. Precisam entender que poderá haver de início desemprego, porém que ao mesmo tempo serão gerados novos empregos e oportunidades para os que souberem se inserir no novo contexto mundial.

Privatização: the day after

TELETIME 03, AGOSTO DE 1998

Passado o dia histórico do leilão de privatização da Telebrás, 29 de julho, e a conclusão dos processos de concessão da banda B, o cenário que vemos é de concentração de poder. Como já se temia, poucas operadoras detêm direta ou indiretamente um grande número de áreas, o que demonstra que o governo falhou em sua tentativa de evitar a propriedade cruzada.

O mapa do Brasil foi preenchido com poucos nomes, cada qual com muitas concessões: Telefônica de Espanha, Stet, TIW, Bell South, Portugal Telecom, MCI, Telia, DDI, além de alguns grupos brasileiros, tanto na Banda A (Splice), quanto na Banda B (Algar, Suzano e Inepar), sem falar do controverso consórcio Telemar, que arrebatou 16 Estados na telefonia fixa.

Com a chegada do day after, sai de cena o Ministério das Comunicações. Quem herda o papel de protagonista do processo e fiscal do cumprimento dos Contratos de Concessão é a Anatel. Mas será que a agência está preparada para a tarefa, ou obscurecida pela ação do Ministério e pela sua própria formação?

É bom lembrar que os membros do conselho diretor da Anatel originaram-se exclusivamente do serviço público, o que poderia deixá-la atrelada a assuntos normativos e menores, nem sempre de sua competência.

Desta forma, poderia ficar para segundo plano o tema de maior importância, que compreende a seqüência do processo de concessões, o estabelecimento das bases para uma efetiva competição e a fiscalização eficaz dos Contratos de Concessão. Cabe à agência atuar de forma imparcial, sem preconceito contra qualquer empresa, tratando cada uma com isonomia. Os grupos brasileiros, por exemplo, merecem respeito e apoio inclusive dos poderes concedente e fiscalizador. A agência deve também proteger o interesse maior do usuário.

Outro tema que precisa entrar no debate é a proteção ao emprego, muito discutida, porém sem qualquer medida eficaz nos Contratos de Concessão. O BNDES, que poderia apresentar uma solução, não conseguiu fazer uma análise abrangente do problema; focalizou apenas o estímulo à criação de indústrias, sem atinar para o fato de que no Brasil temos filiais de quase todas as multinacionais do setor. O que faltam são mecanismos que incentivem pedidos e movimentem a indústria, além de meios para estimular outros setores, como o de serviços.

Pesquisa e Desenvolvimento é outra questão relevante que fica desamparada no atual cenário. É preciso um conjunto específico de medidas para criar no País um centro de excelência, focado em algum tema que nos dê competência internacional, à semelhança de outros países.

Assim, estamos vivendo um novo cenário e um novo tempo das telecomunicações, no qual acreditamos que a palavra de ordem é competência. Quanto mais rápido todos nos imbuirmos desta realidade, mais depressa o País como um todo se beneficiará desta revolução.

Estamos em 2000. E agora?

TELETIME 16, JANEIRO DE 2000

Chegamos ao ano 2000. De ameaça, o bug do milênio virou história, ou em breve até piada, pois após tanta preparação e depois de tanto investimento na conversão de sistemas nos últimos três anos, nenhum problema ocorreu: os aviões continuaram voando, o abastecimento de água e eletricidade seguiu normalmente, todas as empresas de telecomunicações e informações operaram sem problemas.

A virada do século, com exceção dos fogos de artifício que espocaram em todo o mundo, ocorreu exatamente como um dia depois do outro, sem catástrofes ou apocalipses.

O fato impressionante é que a indústria de computadores e softwares se concentrou nos últimos três anos nessa preparação, consumindo in-críveis quantidades de dinheiro e, agora, de repente, o vazio.

Estamos no ano 2000, e novos ícones e mitos têm que tomar conta da nossa atenção e interesse como seres humanos. Quais são eles? A resposta vem rápida, na ponta de nossas línguas, uma vez que paulatinamente no fim da década passada nos acostumamos com ela, e estamos preparados para aceitá-la como o ícone dos próximos anos, ou mesmo décadas: Internet.

Não importa que ainda estejam pouco claros os mecanismos que ajudarão as empresas de Internet a ganhar dinheiro, todos acreditam que este é o futuro.

Novas empresas surgem todos os dias, fundos de investimentos se estruturam para financiar idéias, bem como incubadoras de empresas na Internet. O mercado de ações é o palco onde são levantados diariamente dezenas de milhões de dólares para financiar novas idéias, novas empresas. Nenhuma das empresas, mesmo as mais conhecidas e consagradas, como Amazon e Yahoo!, é lucrativa no sentido tradicional de resultados positivos no seus balancetes. Entretanto, a crença no potencial desses negócios e outros que surgem é o novo dogma deste século.

A veiculação de informação, baseada em receitas de publicidade, e o comércio eletrônico, por meio da rede, são os motores dessa nova economia. Muito ainda está por se acertar como, por exemplo, a distribuição das receitas pelos diferentes elos dessa corrente: a rede telefônica, os produtores, as comissões de venda, os produtores de conteúdo, enfim toda uma nova estrutura de valor econômico que ainda deverá se estabilizar. E se nos Estados Unidos esses recursos já estão em uso bastante

avançado, em países como o nosso o processo é apenas embrionário. O tamanho do mercado disponível para veicular publicidade e transações pela Internet está ainda para ser determinado.

Assim, estamos todos de acordo neste cenário, e executivos e consumidores aos poucos irão se acostumando a gerir e desfrutar desta nova ordem econômica ditada pela rede. Eis que nesta mesma segunda semana do novo século somos surpreendidos por uma fusão de duas empresas, a AOL e a Time Warner. O seu significado coloca novamente em questionamento a dicotomia entre distribuição da informação e produção de conteúdo como negócios independentes ou interligados. Estará surgindo um novo paradigma de empresa, ou apenas uma nova tentativa de concretizar uma antiga idéia de vincular a distribuição com o conteúdo, muito tentada na indústria de televisão por assinatura?

A diferença fundamental é que uma empresa da Internet, AOL, bem sucedida e supervalorizada, dá um passo dessa magnitude em busca do controle da informação e conteúdo. Não chega a ser uma novidade, como estratégia da AOL, pois sempre esteve em busca de fidelizar seus clientes com associações de conteúdo. Porém, agora trata-se da Time Warner, líder mundial em conteúdo e informação.

O fato concreto é que essa nova entidade empresarial ainda levará muito tempo para definir sua identidade, se é uma empresa de Internet ou de conteúdo. As oscilações do valor das ações na Bolsa de Nova York, num primeiro momento, claramente demonstraram essa perplexidade: com as ações da Time Warner crescendo inicialmente como se fossem consideradas de uma empresa de Internet, ao mesmo tempo que se vê uma queda das ações da AOL para níveis compatíveis com ações de empresas de televisão por assinatura e conteúdo, logo recuperando seus valores anteriores.

Possivelmente, logo após o fechamento dessa edição, outros números e considerações estarão prevalecendo. O que sem dúvida permanecerá serão as questões de redefinição do modelo econômico associado a essas gigantescas fusões. Persistirão, também, as não menos essenciais questões políticas e de controle de veiculação de conteúdo e informação, num mundo cada vez mais globalizado, onde as fronteiras geográficas cada vez têm menos significado e onde o poder de empresas transnacionais como essa transcendem o próprio conceito de nação e governos nacionais.

Argentinos deflagram a competição total

TELETIME 26, NOVEMBRO DE 2000

Dia histórico na Argentina, 9 de novembro de 2000, quando o processo de desregulamentação chegou a um ponto ainda não alcançado em muitos países da Europa ou mesmo nos Estados Unidos. Com a liberação total dos serviços telefônicos, qualquer um pode solicitar e obter uma licença para prestar serviços telefônicos local ou de longa distância. No Brasil, somente em dois anos chegaremos a este estágio.

O histórico da Argentina neste processo, que tem quase dez anos, portanto mais antigo do que o processo brasileiro, começou com a privatização da Entel, então monopólio estatal. A empresa foi dividida em dois monopólios privados, um controlado pela Telefônica e outro resultado de joint venture entre Telecom Italia e France Telecom, que gozaram deste privilégio por sete anos.

Na área de telefonia móvel, após sucessivas divisões territoriais, a Argentina conta hoje com quatro operadoras nacionais de bandas A, B e C. Adotou a banda de 1,9 GHz e o padrão TDMA para o PCS, cujas licenças foram adjudicadas há mais de um ano. O serviço nas bandas A e B é ainda em grande parte analógico, evoluindo para o digital nos últimos 12 meses. As operadoras móveis são Telefônica, Telecom Italia/France Telecom, BellSouth, Verrino (ex-GTE) e Nextel.

BellSouth (Movicom) e Verizon (CTI) foram as primeiras a se beneficiarem com a desregulamentação. Entraram no mercado em novembro do ano passado, quando foram liberados os serviços de longa distância.

A abertura para provedores de serviços de dados permitiu o aparecimento de uma plêiade de operadores de pequeno e médio portes. Eles são o núcleo dos diversos operadores que obtiveram licença para atuar em longa distância e agora estão se lançando no mercado de telefonia local.

Do ponto de vista da evolução regulatória, o país vizinho está pagando o ônus pelo seu pioneirismo, no sentido de não se beneficiar dos erros dos demais. Assim, destaca-se como grande falha no processo a falta de regulamento de interconexão, só publicado no momento em que novas operadoras surgem no mercado e é liberada a seleção de prestadora, favorecendo novamente as incumbents. Por outro lado, a padronização no serviço móvel representa vantagem para o usuário, enquanto a regulamentação de serviços de fornecimento de conteúdo independente da distribuição é uma experiência.

Os nomes que aparecem no mercado são AT&T Latin America, Velocom, Comsat, Impsat, Diveo, Diginet, MetroRed, entre outros. Empresas como MCI e Endesa anunciam o interesse pelo mercado argentino.

Investimentos da ordem de US\$ 5 bilhões a US\$ 6 bilhões são anunciados para os próximos 18 a 24 meses. Obviamente, a presente crise política e econômica que atravessa a Argentina fará com que todos os empresários sejam cautelosos quanto ao ritmo de investimentos. Porém, sem dúvida, a área de telecomunicações é prioritária para o desenvolvimento do país, e a competição poderá ajudar a reduzir custos e aumentar sua produtividade.

E os usuários? Pelo modelo adotado, eles viveram até agora uma realidade de tarifas altas, de monopólios privados, embora nestes dez anos não se possa negar uma efetiva melhoria de qualidade, comparada à situação caótica na época da Entel estatal. A expectativa daqui para frente é de que as tarifas caiam significativamente tanto na longa distância nacional quanto no serviço local.

Levaremos tempo para comprovar a redução de preços. Primeiro, pelas falhas regulatórias em relação à interconexão e à inevitável discussão de unbundling, que é nova para todos. Em segundo lugar, a infraestrutura desses novos operadores só estará em operação nas regiões urbanas no segundo semestre de 2001. E, por último, historicamente, nos países onde foram criadas condições regulatórias para a competição, as novas operadoras sempre se concentraram nos nichos de maior rentabilidade - grandes clientes corporativos e de dados, dificultando a plena abertura ao mercado residencial.

Esta é uma questão que nos aflige, também no Brasil, pois as empresas-espelho ainda não se mostraram como alternativa viável para o mercado de varejo local. Assim, devemos acompanhar a evolução do mercado argentino para podermos nos antecipar em correções de rumo no modelo de desregulamentação total no Brasil.

O fim da euforia

TELETIME 30, MARÇO DE 2001

A década de 90 foi sem dúvida um período de ouro para o setor de telecomunicações. As privatizações no mundo geraram a oportunidade para maciços investimentos ao longo desta década, atraídos pela necessidade de atender a demanda reprimida em muitos países, principalmente os da Europa e os emergentes. A desregulamentação abriu as portas para novos operadores em quase todos segmentos, multiplicando a oferta de serviços e fundamentalmente criando competição em um setor até então monopolista e de tarifas altas, típicas de um mercado de demanda.

Outro fator relevante nos últimos três anos foram as inovações tecnológicas que resultaram em uma mudança radical nas arquiteturas de redes ao introduzirem o conceito de VoIP (ou tudo sobre IP) com a possibilidade de prover quase qualquer serviço através de IP. A novidade resultou numa drástica redução de investimentos em redes para novos players e tornou factível o surgimento de novos operadores de redes especializadas, de rápida implantação e investimentos moderados.

Por último, houve a descoberta pelos governos de que se poderia fazer dinheiro fácil vendendo licenças de uso de espectro de radiofrequência, sob o pretexto de gerar competição, multiplicidade de escolha e redução de custos para os usuários.

O acelerado desenvolvimento econômico nos Estados Unidos, associado à mudança de critérios de valor econômico das empresas, gerou em paralelo um crescimento da oferta de capitais de risco para o setor de alta tecnologia, incluindo as telecomunicações. Em conseqüência, cresceu a disponibilidade de recursos por meio de fundos e das bolsas de valores, com grandes expectativas de retorno.

Do ponto de vista gerencial, as empresas incumbents e os novos players tiveram uma mudança de perfil gerencial, passando a buscar executivos mais voltados ao mercado e menos lastreados em tecnologia e engenharia, além de, mais recentemente, comprometidos com o conceito de gerar valor para o acionista. Isto resultou em ciclos cada vez mais curtos de permanência de executivos no topo das empresas.

As telecomunicações ainda são uma das atividades básicas para alavancar o desenvolvimento econômico das nações. Constituem-se em uma via de modernização e facilitam o processo de globalização, sinônimo desta era de revolução pós-industrial, ou da sociedade de serviços e informação. E, como tal, continuarão a ser uma atividade essencial, de

alto nível de investimentos. Contudo resta uma questão: como atender às necessidades crescentes de tecnologia, informação, qualidade de serviço e, ao mesmo tempo, a saúde financeira das empresas para que elas se mantenham atualizadas?

Uma rápida corrida pela América Latina nos traz uma visão preocupante, em que os serviços liberalizados, longe de gerar melhorias de oferta aos clientes, provocaram uma guerra autofágica com perdas permanentes para as empresas e a ausência de uma competição efetiva. É evidente que a concessão indiscriminada de licenças não resulta em uma melhora do modelo.

No Chile, Argentina e Brasil, apesar do grande crescimento da base de assinantes e do volume de tráfego, a saúde financeira das empresas não serve de referência, salvo as operadoras fixas incumbents que ainda contam com monopólio virtual.

Não pretendemos atribuir toda a responsabilidade ao modelo de desregulamentação. Cabe aos empresários uma parcela desta responsabilidade, quando se baseiam em planos de negócios irrealistas e não buscam entender as reais demandas de seus mercados.

O fato é que o período inicial de crescimento, associado a ganhos quase naturais, terminou. É também fato que a disponibilidade de recursos financeiros entre os investidores terminou. Do ponto de vista regulatório, os diferentes órgãos em diferentes países têm de adaptar os seus regulamentos às novas realidades tecnológicas e de mercado, onde a consolidação de empresas já é uma realidade e a competição está sendo substituída por um modelo de "coopetição" (cooperação e competição), ao mesmo tempo que as operadoras têm que se preocupar mais com rentabilidade e menos com marketshare a qualquer preço. Para isto deverão contar com profissionais mais experientes em gestão e no negócio de telecomunicações. É hora de cair na real, pois o período de euforia acabou.

Crise, ma non troppo!

TELETIME 34, JULHO DE 2001

A tônica do momento é a crise: de recursos, de energia, da Argentina, alta do dólar, crise política, de segurança, enfim daria para preencher esta coluna apenas com a listagem das crises que assolam este Brasil e que servem de alimento para os políticos, os críticos de plantão e a imprensa sensacionalista.

Não há dúvida de que o Brasil sofre de alguns males estruturais, como nosso sistema político partidário, sistema tributário e judiciário que requerem mudanças urgentes, a fim de permitir ao País voltar a se desenvolver sem andar em círculos. Além, é evidente, dos problemas básicos de educação e saúde. Sem esses benefícios, nunca se processará uma redistribuição de renda, permitindo o acesso de uma maior parcela da população ao mercado consumidor e, em particular, aumentando a parcela da população que utilize efetivamente os serviços de telecomunicações e Internet. Sem tudo isto, a massificação desses serviços tardará ainda mais.

A crise do setor de telecomunicações não é local; é mundial, e foi em grande parte causada pela miopia dos que se negaram a lembrar de que qualquer ciclo longo de desenvolvimento é seguido de uma crise em princípio de ajuste e depuração, que na realidade é o que estamos assistindo. Pois estamos voltando a lembrar e a valorizar os princípios básicos de valor econômico, e não a volatilidade das idéias mirabolantes sem sustentação fatural. Hoje, investidores preocupam-se em canalizar recursos para empreendimentos com fluxo de caixa positivo e fundamentos de mercado sólidos, e não para quimeras e sonhos.com.

A verdade é que este momento de intensa crise dos diferentes recursos cria, ao mesmo tempo, oportunidades para o desenvolvimento de soluções alternativas e de busca de eficiência que façam com que as empresas sigam seus planos de crescimento dentro de parâmetros ajustados e, portanto, estejam com suas energias prontas para novos saltos aos primeiros sinais de recuperação econômica.

Um exemplo claro disso é a resposta do setor às exigências da Comissão de Gestão da Crise Energética, ao criar rapidamente soluções de redução de consumo, como a mudança da temperatura de controle do ar condicionado nas salas de equipamentos até a aceleração da substituição de equipamentos antigos por outros mais modernos. Consumem, assim, menos energia além de terem menor custo de operação e, na maioria das vezes, oferecerem maior gama de serviços aos clientes. Na outra ex-

tremidade, a autogeração, com ainda alguns entraves regulatórios, que rapidamente serão eliminados, como a solução definitiva para o setor de telecomunicações resolver os problemas criados pela crise energética sem afetar os planos de crescimento e compensando o aumento de custos com ganhos de eficiência permanentes.

As crises são também oriundas de falta de planejamento ou um planejamento excessivamente otimista. Os planos de negócios somados das diversas empresas no mercado superam em muito os 100%, mostrando uma visão acadêmica, e não de realismo, de negócios e de gestão. Cabe aqui também atenção, pois a crise de demanda deve estender-se até o próximo ano, uma vez que as incumbents não manterão este ritmo acelerado de expansão. A desaceleração será porque as metas estabelecidas pela Anatel já terão sido cumpridas e as novas concessões não ocorreram no ritmo e quantidade esperadas no início deste ano.

Um ajuste planejado desde já permitirá que as empresas enfrentem os próximos dois anos sem susto, estando preparadas para responder a uma possível retomada de crescimento econômico em ano eleitoral. A verdade é que em muitas empresas falta um profissionalismo na análise de demanda e de mercado, ainda acostumadas à época de monopólio, quando anualmente a Telebrás programava suas compras de acordo com seu orçamento autorizado pelo governo. Hoje, é necessária a aplicação de métodos mais complexos de análise, pois estão envolvidas empresas privadas e um mercado de múltiplos serviços, não só de demanda, mas às vezes com excesso de oferta também.

A lição do momento é que temos à nossa frente um mercado promissor, em momento de ajustes de diferentes naturezas, e que as oportunidades são muitas, principalmente para ajustes internos e melhor entendimento do negócio e suas possibilidades, aplicando a criatividade, como no caso de energia, para vencer os obstáculos de momento. Já é hora de parar de se queixar e lamuriar pela crise, é hora de construir e seguir em frente.

Aumento de tarifas: o grande desencontro

TELETIME 57, JULHO DE 2003

O episódio do aumento das tarifas de telefonia fixa, em vigor a partir de julho, foi a maior demonstração de desentrosamento da máquina administrativa do atual governo desde seu início, e pior ainda da falta de ação do governo em assuntos de natureza crítica.

Entre o cálculo correto dos valores, o direito contratual das operadoras, o direito do consumidor, o interesse fiscal do governo, a busca de espaço do novo ministro das Comunicações e a falta de manifestação da Anatel, mais parecia que estávamos assistindo a uma pantomima do que ao debate sério e sistemático de um assunto de extrema relevância para a sociedade.

O impacto, primeiro, é no bolso de cada um, e as conseqüências macroeconômicas importantes são: o desempenho da inflação no curto prazo; tirar a credibilidade no modelo de concessões com agências reguladoras; e tarifas administradas que envolvem vários setores. Essas tarifas, que são reajustadas com base em índices referidos a custos passados, realimentam desnecessariamente a inflação passada para preços futuros. Este é um aspecto a ser corrigido neste modelo.

A Anatel, dentro da sua responsabilidade, procurou privilegiar o aspecto técnico da análise, apropriando os reajustes baseados no IGP-DI, nos limites de aumento de tarifas previstos nos contratos de concessão. Porém, não levou em conta as possibilidades, inseridas nos mesmos contratos, de proteção do interesse do consumidor.

É importante o fato de ter sido respeitada pelo governo a independência da agência reguladora, que como parte do Estado pode fazer um trabalho independente, garantia para futuros investimentos no País.

O que faltou para a Anatel foi exercer a sua função de defesa do interesse desse mesmo consumidor, que foi afetado pela decisão de escolha do índice, interesse este em nome do qual a mesma Anatel toma muitas decisões técnicas e de qualidade, sem aceitar outros fatores.

Foi preciso o consumidor se defender sozinho através do Poder Judiciário, para que o argumento de quebra do equilíbrio econômico, tão bem evocado pelas concessionárias em favor próprio, pudesse prevalecer na defesa dos clientes.

Pois somos nós, consumidores, que sustentamos com essas mesmas tarifas todas as operadoras e governos estaduais com os valores aqui arrecadados.

Acredito que o desentrosamento administrativo do governo foi o grande causador dessa omissão da Anatel. A busca por espaço, que tem caracterizado a atuação do ministro, fez com que não houvesse uma real oportunidade do desenvolvimento de um trabalho conjunto, resultando em posturas independentes de ambas as partes, não favorecendo o entendimento, mas sim as operadoras, em primeira instância.

Felizmente, o Poder Judiciário, vilão na reforma da Previdência, traz uma perspectiva de negociação que considera os interesses do consumidor, e pelos balanços das operadoras fixas, não é de se esperar que o seu equilíbrio econômico financeiro seja afetado de forma substancial.

É importante que a sociedade comece a preocupar-se com a revisão do modelo de agências e o que acontecerá quando da substituição dos atuais conselheiros. É fundamental para a manutenção dos investimentos estrangeiros na área de infra-estrutura a salvaguarda do modelo de agências regulatórias independentes. É necessária uma ampla mobilização junto ao Congresso, para o debate da revisão do papel das agências, para evitar o colapso do modelo regulatório, pois não podemos pensar que teremos investimentos privados no País se não houver a segurança do modelo. Aperfeiçoar o modelo e o funcionamento das agências, sim, ficar à mercê de improvisação casuística, não.

É verdade que estamos vivendo apenas uma pausa no processo, pois com o recesso do Judiciário a discussão fica suspensa.

Esperamos sinceramente que o bom senso prevaleça e que o interesse do consumidor desta vez saia ganhando, mesmo que seja via Judiciário. Pantomima ou não, é fundamental que haja o entendimento entre as diferentes esferas de governo para que esse tipo de desencontro não se repita, pois o interesse geral do País é maior que o individual.

Aparentemente todos ganham. É verdade?

TELETIME 68, JULHO DE 2004

A filosofia de compras adotada por algumas operadoras de telecomunicações, que acabou por minimizar as diferenças técnicas entre soluções e fornecedores, sem privilegiar experiência e tradição, e de trazer a decisão final à uma mesa de negociação pura de preços, resultou numa redução brutal dos custos de implantação de infra-estrutura, serviços e equipamentos, nos últimos anos. Isso permitiu que as operadoras construíssem redes a uma fração do custo de dois ou três anos atrás. Ou seja, apenas pelo efeito da força de negociação e do poder de compra dessas empresas, houve uma redução de algumas ordens de magnitude nos preços de equipamentos e serviços.

Efeito talvez da concentração dos operadores e da redução do número de compradores, associado a uma atuação global das organizações de compras corporativas. Ou, ainda, fruto da crise do setor de telecomunicações, que diminuiu significativamente o volume de encomendas a partir de 2002, acirrando a competição e fazendo com que os fornecedores, em crise, lutassem desesperadamente para manter sua base de clientes. Estes fornecedores eliminaram todos os excessos e a gordura que ainda tinham e reduziram o número de empregados para manter uma estrutura e suas operações ativas.

Esse ciclo parecia ter atingido um patamar de equilíbrio. Entretanto, a entrada no mercado mundial de fabricantes chineses, com empresas estatais ou participação significativa de recursos do estado, associados aos baixos custos de mão-de-obra e produção, criam um novo desequilíbrio nesta curva, com quedas acentuadas nos preços, onde parecia não haver mais elasticidade para tal. O impacto dessas quedas de preços na indústria de telecomunicações como um todo é ainda imprevisível.

Nas últimas duas décadas, ou mais, a inovação tecnológica foi sempre impulsionada pelos fabricantes, que em seus laboratórios investiram em soluções de rede e de serviços, visando antecipar as necessidades do mercado competitivo onde as operadoras de telecomunicações se encontravam, privatizadas e desregulamentadas ao redor do mundo.

A questão que se coloca é como continuar financiando essa pesquisa e o desenvolvimento da inovação tecnológica, se as margens resultantes da venda dos produtos fica deprimida com o modelo de compra acima e coloca em igualdade de competição as empresas que investem em tecnologia com aquelas que se limitam a ser seguidoras, mesmo que com qualidade.

Essa realidade pode estar comprometendo o desenvolvimento futuro da indústria de telecomunicações e é motivo de preocupação para todos, desde os operadores e prestadores de serviços, autoridades responsáveis pelo planejamento de longo prazo, agências reguladoras, até os próprios usuários de telefonia.

A moderna filosofia de negócios e de modelo empresarial preconiza uma parceria estreita entre operadora, fornecedores e funcionários para bem servir o cliente. É o que lemos em todos os compêndios de gestão, cursos de administração e na declaração de missão das empresas. A questão é saber qual o limite de uma política agressiva de compras apoiada na forte redução dos preços dos fornecedores. Uma parceria depende do equilíbrio estável entre as partes e na sobrevivência saudável do conjunto.

Modelo inviável

A indústria de telecomunicações é das mais pujantes no mercado, movimentando as bolsas de valores e injeta na economia alguns bilhões de reais mensalmente. Fruto das tarifas de serviços arrecadadas pelos operadores, novos modelos de negócios já são tentados, inicialmente na implantação de novos serviços de valor adicionado, permitindo uma repartição da receita auferida e desonerando, em contra-partida, a operadora dos investimentos associados. Este modelo, entretanto, não é viável para investimentos de infra-estrutura, onde o efeito incremental na receita não é facilmente mensurável.

Assim fica a questão central de como estabelecer o limite razoável entre a competição e uma parceria. Esta última essencial para permitir a continuidade dos ciclos de inovação tecnológica, para manter a competitividade das operadoras e a satisfação de seus clientes.

A desigualdade de posturas comerciais e de subsídio dos diferentes governos não deve servir de estímulo para ganhos imediatos por parte das prestadoras de serviços. O processo de competição dá a impressão de ganho imediato, porém pode estar levando a uma perda de perspectiva e de comprometimento futuro, no caso dos fornecedores já terem chegado ao seu limite de elasticidade.

Fusões e aquisições: não é um mar de rosas

TELETIME 74, JANEIRO DE 2005

A onda de fusões e aquisições no setor não pára. As mais recentes ocorreram nas últimas seis semanas e acabaram com a segmentação de longa distância no mercado americano. Os negócios ocorreram na telefonia fixa e de longa distância nos EUA com as aquisições da AT&T pela SBC e da MCI pela Verizon. É uma clara indicação de que empresas tradicionais e com tecnologia clássica de serviços de longa distância estão com seus dias contados, um alerta para a Embratel e Intelig. Por outro lado, nas móveis a aquisição da AT&T Wireless pela Cingular ainda não foi digerida, nem pelos órgãos reguladores e nem pelas próprias, e a mais recente aquisição da Nextel pela Sprint sugere a extinção da tecnologia iDEN da Motorola no curto prazo.

Nos EUA, SBC e Verizon lutam para ser a maior, concentram-se no mercado interno e reduzem ao mínimo sua participação no mercado internacional, principalmente o latino-americano. As operadoras americanas tentaram expandir sua atuação no mercado internacional. Todavia, em função da crise mundial do setor ao fim da bolha da internet, se desfizeram da maioria de suas propriedades no exterior e se concentraram no mercado doméstico sem deixar de buscar a oportunidade para grandes fusões e/ou aquisições, tanto nas operações celulares quanto nas fixas e de longa distância.

Na América Latina, foram a Telefônica e a Telmex, com esta última com uma participação na SBC. O curioso é que a Verizon Wireless vendeu todos os seus ativos na América Latina para a América Móvil, empresa do mesmo grupo que a Telmex e a Telcel. A Telefônica Móviles, por sua vez, adquiriu as operações da Bell South International na América Latina, todas com base CDMA, e criou em muitos países a situação de operações com tecnologia AMPS, TDMA, GSM e CDMA.

O que se configura é uma disputa pela liderança entre o Grupo Telefônica e o Grupo Carson. Mas ambos ainda não apresentaram uma estratégia de convergência fixo-móvel para aproveitar a sinergia de seus ativos, contra a tendência brasileira onde Telemar/Oi e Brasil Telecom apostam na convergência de serviços fixo-móvel.

A Telmex é um monopólio privado resultante de um processo de privatização em bloco que se manteve como uma grande empresa. A Telcel, também monopólio privado, uma das maiores operadoras celulares da América Latina (só menor que a Vivo), opera no mercado

internacional através da América Móvil, porém como uma estrutura bastante centralizada e muito ágil, haja vista a rápida migração da tecnologia CDMA para GSM das operações da Verizon. Entretanto, até agora a Claro (também controlada pela América Móvil) continua como um aglomerado de múltiplas empresas, e o mesmo ocorre com a Vivo. Vários call centers, vários sistemas de billing e, em alguns casos, até mesmo diferenças na arquitetura de redes vinculada ainda às operadoras incumbents originais por região.

Exemplo das dificuldades dos processos de fusão, a entrada da Telmex no mercado brasileiro de telefonia fixa e de longa distância é um processo que se delinea desde 2003, com a aquisição das operações da AT&T Latin America, seguida da aquisição da Embratel em março de 2004 e da entrada na Net em agosto de 2004 e, apesar das enormes expectativas criadas, não mostrou ainda nenhum resultado prático, apesar do investimento de US\$ 800 milhões.

Os ingredientes estão aí com certeza. Há uma forte dominância no mercado corporativo com atuações tanto da Embratel quanto da AT&T (atual Telmex do Brasil), participação, em declínio, no mercado de longa distância da Embratel, presença no mercado doméstico assegurada tanto pela penetração da Net quanto pela rede da Vésper, anteriormente adquirida pela Embratel, nos tempos ainda da MCI.

Falta a decisão de implementar uma estratégia que passa fatalmente por enfrentar a cultura corporativa da Embratel, com efetivas mudanças de gestão na carrier e nas empresas do grupo, para criar espaço e utilizar as evidentes sinergias. Mas, sem dúvida, o primeiro passo é formalizar esta estratégia. Isso já seria um ganho enorme, sem mesmo considerar a potencial sinergia com a Claro.

Assim, a pergunta que fica no ar é: a que veio a Telmex? Havia, e ainda há, uma grande expectativa de que a Telmex entrasse no mercado para arrasar quarteiros. Rapidamente, a Telefônica e as outras operadoras se prepararam, porém nada aconteceu e, com certeza, a grande vantagem que contava pelo efeito surpresa ao aproveitar a acomodação e a inércia das incumbents já está perdida. Os US\$ 550 milhões anunciados como investimento para o Brasil não parecem refletir um projeto muito ambicioso. É de se acreditar que o tempo gasto para que os novos controladores conhecessem as operações e acertassem as estruturas acionárias permita agora uma ação mais enérgica.

3G: um debate oportuno; um leilão talvez prematuro!

TELETIME 75, MARÇO DE 2005

Na agenda da Anatel volta a ganhar evidência a venda das frequências para o Serviço Móvel Pessoal (SMP) em terceira geração, conhecida por 3G. É oportuna ou prematura esta licitação e quais as vantagens e ameaças decorrentes? Quais os interesses que fazem com que este tema ganhe prioridade dentro da agência?

A discussão deve ser levada para o nível de serviços. A Anatel deve evitar a tentação de licenciar tecnologias ou de privilegiar as oportunidades de arrecadação com a venda de novas licenças. Só um alerta: na esteira dos leilões bilionários de 3G da Inglaterra, Espanha e Alemanha, seguiram-se estrondosos fracassos em outros países. E mesmo aqueles países tiveram que renegociar os valores para não inviabilizar as empresas adquirentes. Outro fato é que os EUA ainda estudam a 3G e não se definiram por uma data efetiva para o leilão de espectro. Do ponto de vista tecnológico, se fala em 4G, que permitiria velocidades maiores ainda, mas que já seria superada pelas propostas de 3G avançada.

Se houver o leilão, como o prazo normal de uso das licenças é de 12 meses, significa que a oferta de serviços de 3G começaria no princípio de 2007; se ficar para o ano que vem, o início de operação fica para 2008. A dificuldade é que 2006 é ano eleitoral, quando os interesses técnicos e de mercado ficarão em segundo plano, e prevalecerão os interesses políticos.

Mas, vamos entender, afinal, do que se trata, pois são serviços móveis por IP com velocidades maiores do que a permitida pelos protocolos EDGE e EV-DO, conhecidos como 2,5G. Serviços estes que teriam uma baixa penetração de mercado, pois se destinam mais aos usuários de notebooks, que é um mercado nobre e de alta Arpu (receita média por assinante).

A discussão de uso do espectro de 3G, portanto, trata de um recurso escasso, faixas de frequências e que, em tese, seria usado por poucos. Neste contexto, entra o uso da faixa de MMDS e o usucapião pelas operadoras de TV por assinatura.

Outra questão é quem são os players interessados em fornecer serviços 3G, pois talvez estejamos equivocados ao inferir que os candidatos naturais seriam os operadores de SMP. Com as tecnologias disponíveis, estas operadoras poderão oferecer muitas soluções que atingirão este

mercado, sem ter que investir uma fortuna na compra de espectro e numa infra-estrutura cara em nova banda de frequências.

As redes fixas, assim como as de serviços convergentes, também podem oferecer serviços 3G, sem necessariamente operar nesta faixa de frequência dedicada à 3G. O desenvolvimento de novas tecnologias, tanto de rede quanto de sinalização, faz com que seja possível configurar as redes das diferentes operadoras - fixas, móveis, convergentes e de nicho - para oferecer serviços que até agora eram considerados como parte exclusiva da oferta de 3G.

As redes de nova geração (NGN), media gateways, SIP e IMS, são arquiteturas e tecnologias que permitem a qualquer operador evoluir suas redes para diferentes serviços. Ao mesmo tempo, tecnologias como Wi-Fi e WiMAX, em bandas não-licenciadas, permitem combinar o atendimento seletivo de áreas onde os serviços de mais alta velocidade têm demanda. A introdução de mobilidade no Wi-Fi também permitirá às operadoras de SMP viabilizar o roaming automático com Wi-Fi e o uso desta tecnologia já não está limitada aos hot spots, com possibilidade de cobrir até áreas metropolitanas.

O debate é oportuno e deve se centralizar nos serviços que serão oferecidos. O uso do espectro é também uma discussão importante, porém não deveria se restringir a esta banda, mas sim a uma reavaliação do melhor uso do espectro em geral.

A evolução para estes serviços depende da disponibilidade de terminais, e o desenvolvimento de aparelhos que englobem telefones fixo e móvel, PDA e notebook a preços acessíveis ainda é algo por vir. O mesmo interesse que levou handsets a incorporar câmeras digitais de boa resolução e gravadores MP3 sem dúvida viabilizará este avanço.

Será fácil entrar em desvios, como usar a entrada de novos operadores de 3G para aumentar a competição, quando a solução imediata deveria ser a portabilidade numérica. Respeitar os investimentos feitos nos últimos oito anos é uma questão de seriedade do País, embora seja incerto se os operadores de SMP se interessarão pelas licenças de 3G, uma vez que poderão oferecer a maioria destes serviços a partir de suas redes com investimentos relativamente pequenos.

O leilão é prematuro, apesar de cairmos no risco do ano eleitoral em 2006, ou ainda da paralisia pós-eleição em 2007. A introdução da 3G não necessita ser apressada e, como transição tecnológica, poderia ser usada como uma oportunidade para o desenvolvimento orgânico e integrado de infra-estrutura, terminais e tecnologias.

Copa esbanja tecnologia

TELETIME 89, JUNHO DE 2006

A minha intenção nesta coluna é sempre abordar temas que tenham algum grau de novidade, quer como tendência tecnológica ou mercadológica, ou ainda alimentar com minha opinião temas mais polêmicos relacionados com a política do setor ou aspectos regulatórios. Fiquei constrangido a princípio, quando decidi escrever sobre o uso da tecnologia de telecomunicações e mídia eletrônica na Copa do Mundo de futebol na Alemanha, correndo o risco de chover no molhado e reconhecendo, a priori, que é um lugar comum. Mas o salto no uso da mais moderna tecnologia que vemos nesta Copa requer que todos aqueles que tenham oportunidade dêem a sua contribuição para que este fato seja apreciado por diferentes opiniões e pontos de vista.

É um evento multimídia na sua mais ampla concepção: televisão, internet, rádio, celulares além da tradicional cobertura dos jornais e revistas escritos. Todos estão a postos numa ampla cobertura dos eventos e de tudo que se pode imaginar nos bastidores da notícia. Não há espaço para a privacidade e não há lugar e hora para a recepção das notícias, salvo lugares ermos, limitados a poucas pessoas, como as cavernas do Petar (SP), por exemplo.

O resultado desfrutado pelo público vem de planejamento e atividade intensa que começou logo no final da última Copa em 2002. Os mundiais da Coreia e Japão já testaram algumas tecnologias e de lá para cá avançamos muito nas áreas de satélite e transmissão de televisão em alta definição. No último ano, as novas ofertas de serviços de valor agregado associados à Copa chegaram ao celular com a transmissão de momentos selecionados.

Algumas comparações que me vem à lembrança ilustram fortemente a rápida evolução da tecnologia ao longo das vitórias da seleção brasileira. Lembro-me que em 1958 o contato possível com os jogos da Copa era apenas por meio do rádio, e nos reuníamos em casa de amigos para escutar o desenrolar das partidas e os gols através dos fantásticos locutores daquela época que conseguiam transmitir toda a emoção dos jogos.

Em 1970 a grande inovação foi a transmissão em cores. Ainda na década de 70 as matérias e artigos eram transmitidos por meio do telex, hoje uma ferramenta de trabalho só encontrada em museu. O grande salto com a televisão em cores e o uso de computadores não é de agora. O que impressiona na evolução tecnológica é que a barreira da criatividade não tem limite. Nesta Copa temos grandes inovações na televisão com a disseminação da transmissão de TV em alta definição (HDTV), com grandes estúdios colhendo as imagens ao vivo nos diferentes estádios, e fazendo sua edição e difusão para

todo o planeta, utilizando infra-estrutura de satélite e fibras ópticas que já são commodities. A internet, como meio de comunicação instantâneo a custo baixo que permite a rápida veiculação de notícias e opinião, adquire uma nova dimensão ao oferecer o acompanhamento dos jogos com os resultados on-line e a transmissão de imagens selecionadas. Além disso, através da interatividade, cria a oportunidade de jogos e concursos associados aos espetáculos que ocorrem simultaneamente no campo. Nada se compara, porém, com o salto na oferta de serviços e entretenimento nos aparelhos celulares. A internet requer o acesso a um computador, mas os celulares, com as melhorias de qualidade de imagem dos novos aparelhos, permitem a interatividade via mensagem de texto ou mesmo dados de alta velocidade. Contam com browsers e menus cada vez mais parecidos com os PDAs e computadores, permitindo desde a transmissão de imagens selecionadas dos jogos até concursos, bolões e games com recursos bastante sofisticados como planejamento de equipe, contratação de jogadores e outros que replicam a atmosfera da Copa do Mundo em qualquer lugar e a qualquer momento.

A tecnologia que está por traz não é apenas a das redes celulares e seus aparelhos cada vez mais sofisticados. É também a complexa relação de negócios entre os detentores dos direitos de transmissão dos eventos, da camisa e da marca da seleção, do direito de arena e de uso do nome dos atletas: a CBF, operadoras celulares, detentores das plataformas e desenvolvedor de aplicativos que, ao final, vão repartir a receita proveniente do uso destas imagens e destes jogos. É uma verdadeira engenharia de negócios onde além de compartilhar as receitas repartem os riscos, num jogo em que o bom senso recomenda o equilíbrio, mas que o poder de alguns dos envolvidos pode desbalancear a distribuição do risco. Além do avanço tecnológico, a evolução dos modelos de negócios também deve ser observada e comemorada.

Infelizmente, a indefinição do padrão de televisão de alta definição no Brasil, faz com que cheguemos a esta Copa sem poder aproveitar a qualidade e as funcionalidades da TV digital, salvo alguns poucos locais onde os sistemas estarão em demonstração. Esta definição arrasta-se há mais de cinco anos por razões não muito explícitas, entre o interesse de alguns que não necessariamente coincide com o da maioria. É mais uma clara evidência de que, quando as decisões tecnológicas se subordinam aos interesses políticos ou de grupos, o único desfecho é o de atrasar ainda mais o desenvolvimento do País e sua inserção como player importante no mercado global. Esta seria uma oportunidade de o Brasil deixar de ser um mero seguidor, com seu atraente mercado potencial, para ter algum protagonismo de liderança regional ou mesmo global.

Os grandes eventos esportivos são cenários perfeitos para teste e uso das mais modernas tecnologias na difusão da informação e entretenimento, sendo que as Olimpíadas e a Copa do Mundo se destacam, por serem eventos com múltiplos palcos e cenários e com cobertura para todos os países. Veremos a réplica dos resultados positivos na transmissão dos Jogos Pan Americanos de 2007, no Rio de Janeiro, apenas com menor amplitude por ser um evento regional, e quem sabe mais idéias inovadoras.

2007 começa com vigor!

TELETIME 96, JANEIRO DE 2007

O ano de 2007 começa com muita atividade e um otimismo pouco usual. Este vigor pode, porém, ser apenas pela realização de projetos iniciados ao longo do ano passado ou cuja gestação ocorreu ainda durante 2005; ou será que estamos falando em projetos novos também que tiveram sua concepção em anos anteriores? Sem dúvida continua movimentando a indústria, a migração da Vivo para GSM que continuará consumindo esforços dos principais fornecedores de serviços e produtos ao longo de 2007 e parte de 2008.

Há sinais claros de que as novas tecnologias, tais como WiMAX e IMS, sairão do papel e das expectativas durante este ano, e mesmo velhos projetos de NGN ganharão impulso considerável. Isto se deve à necessidade de adequar redes e conceitos de implantação de serviços à nova realidade de convergência das grandes operadoras, com uma liderança da Telefônica que acelera a sua reorganização unindo seus ativos fixos, móveis e de mídia. A expectativa de investimento da ordem de R\$ 12 bilhões no Brasil deve movimentar bastante a indústria em 2007.

Como o ciclo de projetos e de contratações no setor é usualmente longo (a maturação de um projeto leva de seis a 18 meses), mesmo sendo o fim de um ciclo, nas celulares resta a esperança de que projetos de novas tecnologias e serviços estejam a caminho. Entretanto, é possível um hiato para o qual todos já devem estar vacinados, como aquele que ocorreu ao término do esforço da universalização nas redes fixas, com grande concentração de investimentos seguido de um vazio, com o conseqüente fechamento de empresas.

A ameaça da VoIP e a entrada das operadoras de telecomunicações em mídia são fatores que devem requerer investimentos expressivos de modernização de redes.

Fator relevante é que apesar de que o mercado empresarial, onde está a maior concentração de receita das operadoras, passar a usar cada vez mais a VoIP para reduzir seus custos de telecomunicações, a receita global do setor cresceu em 2006 e deve continuar a crescer segundo a TIA (Telecom Industry Association). Os dados e a previsão dos números do setor divulgados pela TIA são extremamente positivos, chegando à marca de US\$ 4 trilhões em 2007. Isto significa que apesar dos modelos convencionais estarem em desuso, as empresas existentes e os novos entrantes estão conseguindo criar novas oportunidades de receitas.

Quanto à portabilidade numérica, na América Latina o México

toma a liderança, com a sua implementação mandatória para as operadoras fixas e móveis já em 2007, enquanto o Brasil deve apenas fazer testes neste ano.

A concentração de operadores e de fornecedores de equipamentos pode implicar num desbalanceamento de atividades entre os fornecedores, pois há uma tendência de definição de fornecedores globais para os grandes grupos de operadoras. Assim, alguns poderão ter ramos de atividades desativados, dando prosseguimento às fusões e aquisições. Oportunidade sem dúvida para as empresas especializadas em nichos de mercado para crescerem rapidamente, ocupando com agilidade e criatividade espaços que surgem em situações de mudanças tecnológicas. Esta dinâmica é algo que ainda não vemos ocorrer na América Latina. O cenário tem, entretanto, algumas sombras, sendo que as mais graves são no campo político com as anunciadas estatizações na Venezuela e na Bolívia como um claro retrocesso para o setor, indicando mais uma vez que a América Latina não tem um marco político estável e confiável de longo prazo. Um período de dez anos de estabilidade quando as privatizações e grandes investimentos ocorreram no setor é uma demonstração de que o capital privado, com todas as críticas que se pode fazer aos diferentes modelos adotados nos diferentes países, foi fundamental para criar uma infra-estrutura moderna de telecomunicações no Brasil e em outros países, impescindível para proporcionar o crescimento sustentável.

A agenda regulatória para 2007 no Brasil é de crucial importância, pois dela depende o destravamento de temas importantes como a liberação das frequências e dos projetos de WiMAX, a movimentação em torno de investimentos em 3G, a implantação efetiva da portabilidade numérica e o desenvolvimento do mercado e da oferta triple e quadruple play pelos grandes players.

Uma agenda assim complexa requer um fortalecimento do modelo regulatório, e aí reside um eventual risco de travamento das iniciativas no setor, arrefecendo este vigor de começo de ano. Outro indicador preocupante é o não reconhecimento pelo governo da importância da inclusão digital. O setor também não foi contemplado como área passível de desoneração tributária pelo PAC. Talvez ainda seja tempo de corrigir este equívoco durante as discussões das medidas de implementação do PAC no Congresso.

A expectativa é otimista e o setor mostra sua importância para a economia e a sua capacidade de se desenvolver apesar das travas regulatórias!

Nostalgia com um olho no futuro...

TELETIME 99, MAIO DE 2007

Estou numa ilha, ao largo do litoral do Rio de Janeiro. O uso disseminado de celulares e a disponibilidade de Lan Houses é algo que salta à vista. É fantástico como pequenos negócios se viabilizam, e o caso mais notável é o radio táxi boat usando o número de seu celular como meio de chamada. As Lan Houses permitem que eu escreva esta coluna no meu notebook e a envie pela internet usando seus serviços. Esta constatação não é uma novidade. Mas para quem viveu toda a evolução das telecomunicações e informática nos últimos 30 anos e em particular nos últimos dez anos é sempre uma razão para se maravilhar, e nunca é demais registrar este avanço.

A nostalgia me leva a lembrar e compartilhar experiências de 20 a 30 anos atrás, que se caracterizavam por uma extrema dificuldade de comunicação. Na primeira destas experiências, há cerca de 30 anos, recordo-me de que quando tive a oportunidade de desenvolver negócios na Nigéria, a precariedade das telecomunicações tinha um quê de heróico e me levava a trabalhar com telex, tendo que preparar e transmitir fitas telex, no meio da madrugada, em uma cabine pública em Lagos, capital da Nigéria na época. Esperava pela resposta no dia seguinte, se tivesse sorte. Além disto, o instrumento para a edição de documentos e textos contratuais era uma máquina de escrever portátil, Lettera 22, sem recursos de edição de texto.

Outra experiência memorável, também há quase 30 anos, foi comunicar-me, algumas vezes, durante as férias, com o escritório e diretores da Telesp de então, sobre questões de projetos em andamento. Para isto, usava telefones a manivela (de magneto), mesmo estando no eixo Rio - São Paulo, sendo que a operadora usada era de Resende. Estas histórias pessoais servem para ilustrar para aqueles que usam hoje os recursos do celular e da internet de forma tão natural, o tremendo salto que foi dado em um prazo tão curto, fruto da tecnologia e de altos investimentos em infra-estrutura de telecomunicações.

As datas sempre ensejam um pouco de nostalgia do passado, pelas dificuldades vencidas e batalhas ganhas, o que tem o valor de nos dar uma boa noção de perspectiva histórica em relação ao passado e uma esperança sobre o futuro. Nos últimos 15 anos, tivemos avanços notáveis que começaram com as discussões sobre a privatização e seus modelos e que culminaram com a Lei Geral de Telecomunicações que permitiu a privatização do Sistema Telebrás e abertura para em-

presas privadas explorarem segmentos e faixas de frequências ainda não usadas.

Dez anos de privatização, 40 milhões de terminais fixos, 100 milhões de celulares e a banda larga crescendo agora mais rapidamente, com perspectivas animadoras graças às novas tecnologias disponíveis. Ao mesmo tempo, sabemos que se tivessem sido feitos maiores investimentos e se pudéssemos usar o Fust, estaríamos num caminho irreversível e seguro de inclusão digital e desenvolvimento sustentável. Além disto, teríamos aproveitado a tempo o divisor digital, em lugar de estarmos discutindo a quem cabe a bandeira e a responsabilidade sobre a inclusão digital, sem que nenhuma das instâncias governamentais tome a liderança de um programa viável.

Chegamos ao estágio atual porque alguém teve uma visão e incentivou o debate de como avançar a passos rápidos, o que de fato se conseguiu. Neste momento, o desafio é criar condições para a convergência de redes e serviços, faltando uma visão e o estímulo ao debate para que consigamos criar os instrumentos para os próximos 15 anos. As leis e os regulamentos vigentes e o fato de que a jurisdição sobre pedaços do que sejam os segmentos que compõem os serviços convergentes não estão unificados, como no caso de telecomunicação e mídia. Isto leva a um atraso nas definições que permitam acompanhar o desenvolvimento desta integração, perdendo o Brasil o passo do que é o debate mais importante na maior parte do mundo.

Esse atraso nos vai mais uma vez colocar como caudatários deste processo, com impactos negativos no desenvolvimento de tecnologia e no aproveitamento da capacidade industrial instalada no País, inclusive colocando em risco o equilíbrio da balança comercial do setor e a manutenção de empregos no setor industrial, podendo comprometer até a Zona Franca de Manaus.

TELETIME é parte dessa história. Foi criada há dez anos como uma janela para o mundo. Procurava na época aproximar o leitor do que acontecia fora do Brasil, que até a privatização era extremamente fechado, mesmo provinciano, com uma grande defasagem entre as tecnologias e serviços disponíveis no mundo e a sua apresentação para os clientes brasileiros. Mantém a característica informativa e é uma janela para que tentemos achar esta visão que precisamos para desenhar os próximos dez a 15 anos.

Da nostalgia à visão

TELETIME 101, JULHO DE 2007

Passado o momento de nostalgia, vamos tentar explorar quais seriam os pilares de uma visão para o futuro que alimentaria o debate sobre as metas que vão nortear as políticas e ações para os próximos dez anos. Inicialmente vamos nos concentrar sobre como será esse consumidor e como ele se relacionará com o mundo. Exercício análogo deve ser feito em relação a como o Brasil se situa entre as nações. Este exercício é necessário a fim de nos desprendermos do imediatismo sem olhar a linha do horizonte ou além dela. Estes exercícios nos levam a visualizar uma geração que consumirá terabytes de informação, e para a qual a criação cooperativa dentro do conceito de um para todos é o caminho natural das coisas, e para a qual não há um conceito físico de fronteiras. Viver global é o seu estar natural, ao mesmo tempo em que se comunica cada vez mais localmente. Haverá uma mudança importante no valor de mercado dos produtos, conteúdos e serviços. O mundo não mais se classificará pela renda per capita para dividir os mais desenvolvidos, mas sim pelos terabytes de informação per capita. Os dispositivos de comunicação serão de múltiplo uso, e estarão associados aos indivíduos, a semelhança de um código de identidade que os acompanhará como uma portabilidade individual.

Colocado este cenário como um pano de fundo, sobra a simples tarefa de construir a ponte do aqui e agora para este futuro. A telefonia celular tem pouco mais de 15 anos e o desenvolvimento alucinante dos dispositivos e das tecnologias provocará uma mudança radical na próxima década. Cabe à sociedade, aos governantes e legisladores, construir esta ponte.

Um caminho tentador é o dos programas especiais. O governo já percebeu que os entraves legislativos e burocráticos são muitos, em qualquer setor. Daí inventa mecanismos como o PAC (Programa de Aceleração do Crescimento), que sob a égide de um programa especial aparece como tábua de salvação para acelerar ações em determinados setores. Na verdade, cria mais mecanismos, ou atalhos para resolver alguns entraves, que acabam se transformando em novos obstáculos ou regulamentos e legislações paralelas, que não resolvem o cerne da questão. Talvez para destravar até funcione. Só que faltou o PAC para as telecomunicações, sigla esta que poderia significar Plano Acelerado de Convergência ou talvez o PAID – Plano Acelerado de Inclusão Digital ou o PART – Plano Acelerado de Redução Tributária.

Como o setor já está privatizado, não se trata de criar mecanismos de investimento para acelerar o crescimento, nem por meio de siglas milagreas criar as condições para sairmos deste marasmo sem definições. Muitos se contentarão com a definição de um ou mais programas que ataquem alguns dos problemas, como a revisão da Lei Geral de Telecomunicações, com a incorporação e modernização da Lei de Comunicação de Massas.

Alguns elementos são indiscutíveis: a convergência é um fato. O telefone celular vai firme a caminho de uma penetração de mais de 80% e cada vez mais será a melhor forma de comunicação e acesso individual, um a um. O SIMcard associado ao celular apresenta um incrível potencial para melhor conhecer os indivíduos e reunir informações que poderão ser usadas para identificação, saúde e segurança pessoal. A inclusão digital que garanta acesso à informação é fundamental para o desenvolvimento do País, tanto quanto a plena energia e iluminação, mais do que as estradas, portos e aeroportos e outros meios de transporte.

Não dá para continuar construindo esta convergência do consumidor sem que as leis e regulamentos sejam modernos. Uma agência única cuidando de uma maneira mais integrada e com menos burocracia é uma necessidade clara e incontestável. Uma licença única multisserviço, com foco no cliente, também. Terabyte é a medida a ser utilizada num futuro não muito distante, associada ao tráfego de informação, seja voz ou dados e como indicador de medida de desenvolvimento.

A universalização da banda larga usa a multiplicidade de tecnologias já disponíveis como o ADSL, XDSL, FTTH, WiMax, 3G, Web 2.0 – além de outras que vão aparecer. O indicador do atraso em que estamos é que, na busca de metas para a próxima década, não conseguimos desfazer o nó destas tecnologias já disponíveis pela falta de regulamentos ou de horizonte sobre o seu uso.

Aqueles que observam os jovens e crianças percebem com clareza que eles “engolem” a modernidade das comunicações e da informação: não temos o direito de obstruir este desenvolvimento por qualquer que seja o motivo, ou por não sabermos lidar com a burocracia, ou por qualquer outro tipo de interesse. Ao nos lançarmos na tarefa de desenharmos este futuro, também não temos o direito de sobrepor os direitos individuais ou de grupos, com interesses de muito curto prazo, comprometendo esse desenho.

Competição tardia, mas não falha!

TELETIME 120, ABRIL DE 2009

O grande objetivo de criar mecanismos eficazes para a entrada de capitais e gestão privada nos setores vitais de infraestrutura é permitir a mais rápida implementação de serviços que requerem investimentos intensivos de capital. Isso livra estes investimentos das amarras da burocracia e corrupção inerentes ao poder público, envolvido com as despesas de custeio e alguns poucos investimentos em saúde e segurança.

A estrutura criada de agências reguladoras, à semelhança de outras regiões do mundo, visava assegurar os investimentos, garantir a qualidade de serviço e assegurar os direitos do cidadão, evitando que o monopólio público fosse substituído por um monopólio privado e sem direito de escolha.

No Brasil, alguns setores tiveram êxito, outros não e outros, apenas parcialmente. A questão de tarifas reguladas, como se fossem impostos e reajustadas com base na inflação passada, seguramente foi um erro, herança de nossa cultura inflacionária, haja vista o absurdo a que chegamos hoje as tarifas de pedágio. O próprio nome já indica: são tarifas e não preços, e o consumidor, por não ter opção, é obrigado a pagar por falta de outro serviço competitivo ou, no caso de estradas, que seja viável.

No setor de telecomunicações, desde a formatação da Lei Geral de Telecomunicações, foram estabelecidos alguns pilares básicos que deveriam ser a garantia de que os consumidores teriam opções: a multiplicidade de operadores por serviço (fosse móvel, fixo ou longa distância) e por área geográfica eram dois destes pilares.

Enquanto nas redes móveis, de longa distância e banda larga a competição foi efetivamente estabelecida, o mesmo não se pode dizer das redes e serviços fixos. Não é um resultado novo e nem localizado.

Nos serviços móveis, pode-se atribuir o sucesso da competição à implantação de vários operadores ao mesmo tempo, podendo competir pelo cliente desde a origem. E como consequência da concorrência, os preços não acompanharam a indexação inflacionária das tarifas reguladas, o que gerou um efeito secundário positivo.

Na longa distância, a existência de redes intraregionais das grandes operadoras locais permitiu a oferta de tarifas competitivas na briga pelo cliente, o que fez com que as tarifas caíssem significativamente.

Nos serviços fixos, a história foi diferente. E o fracasso do modelo não é uma idiosincrasia brasileira. Apesar de terem sido outorgadas

autorizações para as espelhos e espelinhos, a concorrência era desequilibrada pela necessidade de investimentos muito vultuosos. Telefonia fixa requer redes extensas, implantadas ao longo de dezenas de anos pelas incumbents e, portanto, sem a menor possibilidade de replicação por uma concorrente. Só mais recentemente aparecem algumas tecnologias wireless que poderiam competir com sucesso com as redes fixas. A LGT já previa duas iniciativas que deveriam corrigir esta desvantagem para as CLECs: o unbundling e a portabilidade numérica.

O unbundling nunca funcionou, talvez porque o seu fundamento estivesse equivocado. Afinal, baseava-se em dar direito de uso à infraestrutura de rede a um concorrente, cobrando valores apenas de referência. Estimular o concorrente às suas próprias custas e sem uma remuneração significativa não poderia dar certo! E não deu mesmo, em nenhum lugar do mundo.

O que fez com que algumas operadoras-espelho, como a GVT e a Net/Embratel, se mantivessem ativas e vivas até hoje foi a decisão de buscar soluções que permitissem oferecer serviços de qualidade através de redes próprias, utilizando as tecnologias ou parcerias adequadas de momento e se aproveitando do imobilismo das fixas, que ficaram coletando a assinatura básica sem se modernizar e oferecer novos serviços. Com isto, chegaram a cerca de 15% dos acessos fixos e uma participação ainda mais expressiva nos acessos de banda larga.

A adesão de clientes só não foi maior e mais acelerada porque mudar de operadora é uma experiência sofrida. Tendo que passar por longo sofrimento junto aos call centers, os clientes só enveredam pelo caminho da mudança quando realmente o serviço deixa muito a desejar ou a oferta econômica do concorrente é muito vantajosa, como é o caso, quase sempre, das ofertas triple play.

Já a portabilidade numérica, que agora está disponível, parece ser a porta para o crescimento das CLECs, pois ela desloca a decisão para a mão do cliente e minimiza as dificuldades criadas pelas operadoras. Ao deslocar o centro de decisão, as operadoras ficam mais dependentes de fatores que afetam diretamente a escolha dos clientes. A partir deste momento, fica muito mais sensível a relação entre serviço e nível de qualidade.

A qualidade passa a ser um fator determinante e não pode ser sacrificada em relação à expansão das redes ou à introdução de novas tecnologias, como é o caso notório das operadoras celulares. Quando se acirra a concorrência em todos os segmentos de serviços (fixo, banda larga, TV por assinatura e móvel), e quando as empresas se consolidam em busca de maior participação de mercado, a ênfase deve ser em investimento na qualidade de rede e no atendimento. Qualquer deslize é um convite direto ao churn, pois agora o cliente é quem decide!

Não dá para não investir

TELETIME 126, OUTUBRO DE 2009

O mercado das telecomunicações no Brasil está amadurecendo, e o cenário está ficando mais interessante, exigindo dos executivos das empresas cada vez mais criatividade, e dos acionistas mais seriedade no trato dos negócios. Parecia que a fusão da Brasil Telecom com a Oi encerraria este ciclo e que o setor se acomodaria. Mas as dificuldades inerentes a um processo de fusão deste porte, os problemas operacionais e de qualidade da Telefônica acabaram criando oportunidades para os concorrentes. Oportunidades bem aproveitadas pela Net e Embratel e que agora atraem a Vivendi como sócia da GVT, dinamizando mais ainda o mercado. Como o mercado está com várias definições em curso, como o Plano Nacional de Banda Larga, realocação do espectro de frequências, entrada do LTE, e um amplo debate proposto para a Confecom, pode-se dizer que, de repente, de uma visão que parecia totalmente consolidada, podemos vislumbrar uma boa quantidade de oportunidades, e que os operadores aqui instalados que vacilarem nas suas decisões e investimentos podem ser surpreendidos com este cenário mutante.

Telecomunicações é um mercado de capital intensivo, e não dá para não investir. Só “colher” significa a rápida obsolescência, com degradação e queda de qualidade. O que, num cenário com competidores e portabilidade numérica, significa a evasão da base de assinantes e a perda de receitas nobres.

É um fato que a primeira resposta que as empresas têm que dar é a seus acionistas, com retornos adequados e metas atingíveis. Ao buscarem estas metas, devem ter em mente a preocupação de que, para atingi-las, devem respeitar as obrigações e compromissos com seus clientes, sem os quais não alcançam as metas de expansão da base de assinantes e de receitas que assegurariam uma valorização do negócio para o acionista.

A Oi está exatamente no centro desta encruzilhada, pois tem compromissos e obrigações conflitantes, além de ter percepções de mercado distintas nas três regiões onde atua, pois é entrante em São Paulo, estabilizada na área da Brasil Telecom e, embora dominante, é um pouco confusa na sua área de atuação original. Sob outro ângulo, tem também a responsabilidade e compromisso com seus clientes, sem os quais não conseguirá atingir as metas de crescimento e de marketshare e a economia de custos pela escala que prometeu aos acionistas.

Num ambiente com portabilidade numérica, muita atenção deve ser dada aos concorrentes, e a Oi os enfrenta nacionalmente na telefonia móvel e regionalmente na telefonia fixa, onde Net e GVT já se apresentam como competidores de peso, com serviços modernos e de qualidade, e com acionistas de porte que podem assegurar uma estrutura financeira sólida para suporte dos negócios.

Outra vertente importante são os compromissos de expansão internacional e suporte a investimentos de pesquisa e desenvolvimento, que embora sem um detalhamento no termo de anuência, deveria ser encaminhado à formação de um parque que possa vir a dar suporte à Oi em suas investidas no exterior, como fizeram a Telefonica e a Portugal Telecom quando vieram para cá.

Apesar da tentação de reduzir investimentos para recompor o caixa endividado com a aquisição, a Oi não pode se dar ao luxo de fazê-lo, exatamente pela diversidade de posicionamento em dada região e em cada segmento do mercado. Isso em paralelo à necessidade de rapidamente consolidar uma nova organização que possa dar agilidade e unicidade aos planos e evolução nos diferentes mercados. Não dá para segurar investimentos. Na melhor das hipóteses, dá para priorizar e direcioná-los para as áreas mais sensíveis, ou de ataque da concorrência, ou de necessidade de consolidação ou demanda não atendida, como pode ser a rede móvel em implantação em São Paulo.

Ninguém está distraído, está todo o mundo atento, e qualquer vacilo dará novas oportunidades para ganho de espaço pelos demais concorrentes, e depois custará mais caro recuperá-lo, se possível for.

Além disso, as responsabilidades assumidas no termo de anuência que implicam reforçar a presença da tecnologia nacional precisam ser tocadas, tanto na presença no exterior quanto no incentivo à tecnologia nacional, não só em pesquisa e desenvolvimento, mas também formando um parque de empresas nacionais fornecedoras de equipamentos, software e serviços para a Oi que serviriam de sustentação e de efeito multiplicador desta presença no exterior, ajudando, com muito atraso, a projetar o Brasil em telecomunicações no mercado global, onde as oportunidades são poucas, mas existentes.

Este processo não pode parar, nem tem como por meia-trava, e as decisões que seriam lógicas em muitas empresas e que seriam as corretas recomendações das consultorias internacionais podem não se aplicar neste caso, pois este foi apresentado como um projeto de país e que exigiu uma motivação política para mudar regulamentos, além de uma participação de bancos oficiais para se viabilizar. Assim, transcendendo às decisões executivas, tem um componente estratégico e político a serem respeitados também.

Viagem ao passado e uma visão de futuro

TELETIME 138, NOVEMBRO DE 2010

Numa viagem de férias você tem a oportunidade de deixar a mente livre, e a capacidade de observar mesmo sem estar observando. E embora minhas férias não tivessem como objetivo gerar matéria para a revista, algumas observações e reflexões acho que podem ser de interesse.

Na realidade foi uma viagem ao passado em busca de raízes na Europa do Leste, e de fato encontrei várias pequenas cidades com vestígios de meados do século XX, tanto em relação à paisagem quanto na utilização de meios de transportes mais rudimentares. Sem falar no que diz respeito à sobriedade, para não dizer tristeza, das construções e estruturas públicas, herança do regime soviético ou similares. Vi também uma expectativa de integração à Comunidade Europeia como perspectiva de crescimento econômico e de emprego. Encontrei pessoas qualificadas e com formação submetidas a uma situação de subemprego.

Viajei por alguns países da Europa Oriental e depois, indo para Israel, a primeira coisa que saltou à vista foi a utilização massiva da Internet para todas as atividades e por uma gama ampla da população. A Internet como ferramenta de busca, compra de ingressos, reservas de hotéis e passagens aéreas e de trem é a primeira, e muitas vezes a única, alternativa. Se a tentativa é por telefone ou mesmo presença física, ela pode não dar certo. A Internet se incorporou à vida e ao modo de ser das pessoas, ferramenta de trabalho e de entretenimento, além de ser, através das redes sociais, a principal forma de relacionamento das faixas etárias mais jovens. Esta constatação parece sem novidade, pois para nós que vivemos a tecnologia desde seu nascedouro, isto já está acontecendo em vários lugares, inclusive no Brasil. A novidade é que ao viajar por países que estavam até há pouco tempo dentro do regime soviético, alguns deles ainda conservando toda a austeridade e certo atraso em vários aspectos, a universalização de uso da Internet é impactante. O divisor digital é uma realidade e só pode ser visto daqui para a frente quanto a sua cada vez maior universalização. É uma revolução tecnológica absorvida com impactos ainda não totalmente explorados na gestão de empresas e na democratização da informação e dos países, tendo como principal característica sua razoável imunidade ao controle por governos ou pessoas.

Outra coisa que chama a atenção é a presença de telefones celulares nas cidades e nos povoados mais distantes, onde se vê carroças com seus condutores falando ao celular, padres e monges tirando celulares de suas batinas

para tratar de assuntos mundanos após suas prédicas. A percepção rápida e em todos os lugares da conveniência pela busca de tarifas mais vantajosas leva a uma adoção cada vez maior dos pacotes, com quantidades importantes de minutos grátis incluídos, mostrando que neste mercado de varejo, a lealdade está sempre associada à melhor conveniência para o usuário, e não necessariamente à marca. Mesmo na Europa e em Israel muitas pessoas mantêm mais de um telefone para utilizá-lo na situação que é mais conveniente. É um mercado de características globais bastante repetitivas, mas com nuances locais. O roaming internacional está muito melhor, embora os custos ainda deixem a desejar, e há muita oportunidade de melhora.

A universalização do acesso à banda larga ainda tem um longo caminho, e tanto a implantação de fibras ópticas está em marcha como a perspectiva de uso das redes celulares é concreta. Já existem redes 3G e a questão é conseguir criar para Internet pelo celular que sejam atrativos, ou incorporar aos planos existentes pacotes de dados que tornem o uso atrativo. É óbvio que este caminho vai requerer mais investimentos nas redes para dar conta da explosão do tráfego de dados, o que afinal é apenas uma questão de conta de investimentos.

Só para constar e não deixar de registrar, o papo de que no Brasil as tarifas são as mais caras do mundo, se for feita a análise sem impostos, não é verdadeira. É que no Brasil os impostos fazem parte do preço e são muito mais altos (30% ou 40% do valor), enquanto no resto do mundo é imposto de valor adicionado e não faz parte do preço.

As pessoas que usam o celular, ao saber que temos algo a ver com a tecnologia, perguntam o que vem depois, e ao comentarmos sobre 4G, seja LTE ou WiMax, ficam querendo entender os benefícios ou que diferença isso vai fazer. Apenas a maior velocidade não basta, pois não chega a impactar o modo de vida. As inovações têm que ter um apelo de mercado para que tenham um sucesso de adoção massiva.

O que vem pela frente e que poderá de fato impactar, à semelhança do que foram nos últimos anos a mobilidade e o divisor digital? Arrisco-me a dizer que a chegada das redes domésticas inteligentes e a automatização associada devem ter um impacto na vida das pessoas. Sem dúvida as máquinas inteligentes são uma promessa de uma mudança mais radical ainda.

A minha viagem tinha como primeira escala um seminário sobre o futuro das tecnologias, onde tive a honra e a oportunidade de fazer uma palestra para um grupo seletivo de filósofos, engenheiros, religiosos e estudiosos na área de ciências humanas. Ali se discutia a hipótese de computadores mais inteligentes que os homens e seus impactos na sociedade, na política e na religião. Alguns dos cenários pareciam filmes de ficção científica. Como muito da ficção científica do Século XIX e da primeira parte do Século XX já virou realidade, não podemos desprezar o gênero. Mas podemos sim ter a convicção, embasada nas mudanças de comportamento e adaptação à mobilidade e à Internet, que o ser humano é mais complexo e tem uma capacidade de adaptar-se e estar um passo à frente das tecnologias, aprendendo a utilizá-las a seu serviço e na melhora das condições de vida para a sociedade.

As faces da mobilidade

TELETIME 141, MARÇO DE 2011

O Mobile World Congress, em Barcelona, que ocorre no início de cada ano, é um bom termômetro para se ver as tendências do setor de comunicações móveis.

Este ano a primeira mensagem clara foi o sentimento de que a crise passou. Uma indústria pujante que movimentou em 2010 cerca de US\$ 800 bilhões e com uma previsão de alcançar US\$ 1 trilhão em 2011 é, sem dúvida, uma das indústrias mais importantes do ponto de vista econômico, mas também pela dependência cada vez maior que as pessoas têm da mobilidade, que aos poucos vai se transformando num apêndice, sexto sentido ou algo que no futuro a teoria da evolução terá dificuldades de explicar.

A tecnologia está pronta para aumentar drasticamente a capacidade de transmissão bidirecional de dados, e a penetração dos dispositivos móveis já passa de 100% em muitos países. Nos próximos dois anos, será pouco provável encontrar alguém sem celular, em qualquer região.

A aposta é nos smartphones e nos tablets para aumentar a demanda de dados. Neste terreno há uma batalha por ver quem dominará o sistema operacional, e surpreendeu a todos, nos dias anteriores à feira, a decisão da Nokia, líder de mercado, de adotar o Windows Phone em parceria com a Microsoft, criando uma terceira via, competindo com o Android e o Apple iOS.

As redes 2G devem continuar existindo nos próximos anos, e a cobertura 3G continua se expandindo. Mas a expectativa de grandes volumes de dados, originados na banda larga nomádica, está levando as operadoras a buscar alternativas que vão se delineando entre as femtocélulas e mesmo soluções de Wi-Fi para cobertura de pontos de alta vazão de dados. Falta ainda elaborar, para pleno uso destas soluções, modelos de negócio viáveis, já que a hipótese das operadoras colocarem suas próprias células 3G para atender a este volume de tráfego fica, no momento, como solução não recomendada. O LTE já tem algumas implantações contratadas, mas seu desenvolvimento deve ficar para 2012 e 2013, e sua aplicação não deverá ser massiva. O foco será em certa cidades ou partes de cidades com grande demanda de tráfego.

Como está terminando o ciclo das grandes implantações, e as novas tecnologias IP e de rádio tornam a infraestrutura cada vez mais simples, fácil de fabricar e de instalar, sobra sempre a questão de qual será o papel dos grandes fornecedores de infraestrutura. Cada vez mais se inclinam à operação dos sistemas, partindo para o setor de serviços gerenciados, ficando as operadoras com a estratégia e toda a parte comercial.

O apelo de alguns líderes do setor para se estabelecer um ecossistema

aberto (open ecosystem), onde haja transparência de uso das redes, interoperabilidade e neutralidade, beneficiando o usuário, denota a crescente preocupação com o bloqueio de uso em trânsito dos acessos de dados. Mas isso também diminui a oportunidade de aumentar suas receitas para viabilizar o imenso investimento em redes de última geração.

Impressionou nesta edição do MWC as sessões especializadas, em que se destacou o fórum para aplicações na saúde, voltadas ao atendimento distante de pessoas carentes, por médicos especializados, e a possibilidade ampla de, através do uso dos dispositivos móveis, monitorar remotamente pacientes em home care, diminuindo drasticamente os custos para os serviços públicos ou os seguros-saúde, além de melhorar a sua qualidade e eficiência.

Outras duas aplicações estão tentando desatar nós que impedem seus desenvolvimentos: o Mobile Banking e o Mobile Advertisement, que tiveram debates intensos, ainda em busca de modelos de negócios e regulatórios que viabilizem o seu desenvolvimento.

O que mais distante aparece é a utilidade de comunicação máquina-máquina (M2M) na casa do futuro. Nos Estados Unidos, há três anos, mostrava-se as possibilidades de uso doméstico e nas empresas da comunicação máquina-máquina usando a tecnologia celular ou Wi-Fi. Embora exista esta possibilidade e a casa conectada impressione, ainda é difícil perceber como isto se incorpora de forma integrada às necessidades da vida cotidiana. Algumas coisas poderão sim ser adotadas, como no que se refere a segurança e controle climático de residências e escritórios, principalmente nos países frios. Resta saber se estas aplicações viabilizarão este segmento da indústria e com que modelo de negócios.

Na verdade, a imensa capacidade de transmitir dados que está sendo instalada requer que os operadores consigam monetizar as aplicações e faz com que eles façam tentativas de incursionar no terreno de outras indústrias, como bancos, publicidade e conteúdos.

Vale lembrar que o sucesso do GSM foi ter conseguido uma padronização que resultou numa fantástica escala. Os esforços do TM Forum e do ETSI de criar uma padronização para os dispositivos conectados para comunicação máquina-máquina é um ponto de esperança, embora se esteja ainda a uns dois ou três anos de distância desta realidade. Quando se apregoa a necessidade de um ecossistema aberto, também é uma indicação positiva, embora possamos levantar um alerta de que com o 3G já estamos fugindo dessas premissas. Quando os fabricantes de smartphones se engalfinham por um sistema operacional que tenha a liderança do mercado, ficamos na contramão da massificação e do sucesso deste setor. O que os players buscam é, na verdade, algum tipo de domínio de mercado. O conceito de um ecossistema aberto parece não ser a prioridade.

Vale ressaltar que a maioria dos temas relevantes tratados no MWC 2011, em Barcelona, vem sendo tratada nos últimos anos também no Tela Viva Móvel, evento anual organizado pela TELETIME em maio. Isso mostra a atualidade que o mercado brasileiro alcançou no tratamento dos temas importantes desta indústria.

Depois de 15 anos, para onde vamos?

TELETIME 165, MAIO DE 2013

Há 15 anos lançamos o projeto desta revista. Naquela época, sentimos a necessidade de uma janela para o mundo, apoiando um momento de mudança regulatória e introdução da competição através da privatização e chegada de múltiplos operadores. Havíamos identificado uma oportunidade e a necessidade de arejar as discussões e pensamentos então em voga, e diminuir a defasagem que afastava o nosso ambiente de negócios do resto do mundo. Esta foi uma das motivações para introduzir a revista TELETIME e outros produtos na Internet e na forma de eventos. Era a nossa contribuição para constituir uma nova forma de abordar todos estes temas e ajudar o Brasil a participar do que estava acontecendo no resto do mundo, eventualmente se tornando protagonista, e não apenas seguidor.

Há 15 anos comentávamos na primeira edição que a principal mudança era a introdução da competição. Estávamos implantando uma revolução apoiada numa lei e numa agência reguladora que eram o que de mais moderno se poderia fazer na época, servindo, inclusive, de exemplo para outros países.

A Lei Geral de Telecomunicações foi elaborada de forma muito inteligente e também previu alguns mecanismos de financiamento para tecnologia (Funttel), universalização (Fust) e fiscalização (Fistel). Não foi prevista uma transitoriedade destes fundos ou mesmo a sua redução progressiva com o crescimento do tráfego, à semelhança da taxa de portabilidade estabelecida em seu momento pelo órgão regulador norte-americano FCC, que se extinguiu após dois anos. Uma lição que podemos tirar e tentar incorporar em decisões futuras é que o financiamento de mudanças não pode ser estabelecido como um imposto permanente, ainda mais com o crescimento da base e tráfego inerentes ao atendimento da demanda. Lição esta válida para todas as concessões de serviço público cuja implantação vem associada a um crescimento contínuo de demanda: de telecomunicações a pedágios em rodovias e taxas aeroportuárias, entre outros. Apesar da inteligência dos mecanismos de financiamento, não tivemos êxito na aplicação destes recursos por diferentes razões, que não discutiremos aqui.

A oportunidade em 1998 era a universalização do serviço de telefonia fixa, atraindo os investimentos necessários, que na época eram inviáveis para uma empresa estatal. Havia ainda o desafio de criar um ambiente competitivo que assegurasse ao consumidor melhores serviços, inovação

e preços competitivos. Na época, embora já se vislumbrasse o potencial da convergência de tecnologia e de serviços, a aposta era de convergência sobre a rede fixa, e não se vislumbrava ainda o potencial da mobilidade e da banda larga. A Internet era algo ainda incipiente. Não previmos as mudanças tecnológicas e de comportamento que ocorreram nestes 15 anos, o efeito da universalização pela mobilidade. O papel da banda larga e da Internet na vida das pessoas fez com que a visão daquela época ficasse para trás. Assim, não fomos capazes de incorporar mecanismos de reação que acomodassem rapidamente estas novas realidades, onde mudanças podem ocorrer a todo instante.

Uma outra questão que pode ser levantada é que, por não termos uma estratégia integrada de longo prazo, o plano de desenvolvimento das telecomunicações tornou-se um plano setorial, que por sorte em muitos aspectos supriu necessidades globais de desenvolvimento, mas que num próximo ciclo não pode ser deixado ao acaso.

A competição, que era a nossa maior aposta de sucesso, não ocorreu como esperado. Houve uma grande consolidação e hoje temos cinco operadores móveis, três operadores fixos e uma maior oferta de serviços de banda larga e TV por assinatura. A consolidação, gerando a presença de monopólios privado, na sua maior parte controlados pelo capital estrangeiro, ocorreu basicamente pelo argumento de que o negócio de telecomunicações requer escala pelo alto volume de investimentos. Hoje, temos quatro grandes grupos atuando nacionalmente e oferecendo quase todos os tipos de serviços, e temos alguns grupos menores que não oferecem cobertura nacional ou uma gama completa de serviços. Monopólio privado ou cartelização são temas que sempre vêm à tona, mas o fato é que o modelo de incentivo à competição e metas de cobertura levou a uma negligência generalizada pela qualidade, já que a preferência dos acionistas é sempre por expansão da base de assinantes e o investimento em qualidade nunca tem uma medida clara de retorno.

Quando da privatização do Sistema Telebrás, uma das preocupações era a questão de emprego. Os arautos do apocalipse apregoavam que haveria grande desemprego devido à privatização. O que se viu foi um movimento contrário e contínuo até os dias de hoje, com uma demanda aquecida por profissionais, não atendida e não acompanhada pelas instituições de ensino especializadas. Tanto assim que, a cada solução tecnológica, somos forçados a buscar no mercado internacional especialistas que permitam decolar as novas tecnologias até criar uma massa de conhecimento, a maioria das vezes não formal, para atender às demandas internas.

Perdemos, sim, a oportunidade de liderança regional e protagonismo internacional, mas as perspectivas de crescimento e novas demandas são muito grandes e, se nos livrarmos de ranços do passado, talvez possamos acertar o passo para os desafios dos próximos 15 anos que temos pela frente com uma sociedade totalmente conectada.

E quais seriam estes desafios? Entender que o mercado de telecomunicações é grande deve ser olhado como oportunidade de crescimento para as empresas, profissionais e para o País; traçar um plano integrado de desenvolvimento do Brasil, e não de forma pulverizada e setorial, onde estas tecnologias atuem como motoras e facilitadoras de desenvolvimento, crescimento e garantia de futuro. Mais uma vez, seguir o exemplo da Coreia seria uma boa ideia.

Outras medidas são esperadas: a desindexação de preços e tarifas tuteladas pela agência já é possível, transformando num controle de abusos e controle de preços pelo público; dar atenção, a agência, ao usuário e os prestadores, à qualidade; diminuição dos impostos estaduais e taxas federais num programa lento e suave, que permitirá a todos se adaptarem de forma que tenhamos impostos e taxas similares ao resto do mundo dentro de dez anos; evitar os riscos da reestatização de serviços ou parte deles, já que com a ação do governo e da agência é possível atender as demandas da sociedade e as estratégicas através de capital privado; e, finalmente, atuar para evitar que os vícios do Congresso e de governo privilegiem os interesses de curto prazo em detrimento de uma política de longo prazo de sucesso.

Internet onipresente, para o bem e para o mal

TELETIME 168, AGOSTO DE 2013

Smartphones e tablets vão viabilizar de forma definitiva o acesso universal à banda larga. Dentro de alguns poucos anos, todos terão dispositivos que podem acessar banda larga em redes móveis ou redes fixas, seja pela rede 4G ou WiFi ligado a redes fixas.

Do ponto de vista da tecnologia, as redes móveis em 3G e 4G continuarão aumentando sua cobertura e sua capacidade de transmissão e velocidades ofertadas. Porém, ficarão limitadas nas ofertas de preços e planos atraentes, restringidas pelas suas redes legadas e pelas receitas de voz, que continuarão sendo seu principal fonte de receitas nos próximos anos. Isto cria um cenário que estimula o crescimento das redes de fibra ótica e a cobertura WiFi operada pelas próprias operadoras celulares, operadoras de nicho ou mesmo pelos próprios usuários.

A banda larga corporativa, com característica nômade crescente, utilizará predominantemente a fibra e planos conjugados oferecidos por operadoras móveis e fixas. Neste cenário, se justificam os investimentos de operadoras móveis em redes de fibra ótica. Assim também se explicam a reorganização de grupos que mantinham até há pouco suas operações móvel, fixa e de TV por assinatura separadas.

Estamos diante de mais um caso em que a infraestrutura se desenvolve antes e mais rápido que o hábito de uso. Só que agora estamos diante da internet, que tem muita utilidade e muita força, e pode ter seu uso direcionado para o bem e para o mal.

Falemos primeiro do bem que em geral é pouco explorado: tem como expoentes o acesso ao conhecimento, democratizando a educação, independente de onde esteja o indivíduo; a universalização de acesso à atividade econômica, permitindo que as pessoas não tenham mais que migrar para os grandes centros urbanos para desenvolver negócios, ou mesmo trabalhar de casa onde quer que estejam; finalmente, as redes sociais, que permitem o exercício da democracia e a mobilização da opinião pública como nunca antes pensado. A base da revolução é o fato de que a Internet permite a comunicação, o diálogo e a troca de informações para um e um para todos, em oposição à comunicação radial, sem resposta, como é a difusão tradicional da informação. Outro aspecto positivo da Internet nos dispositivos móveis é a rapidez da informação e a transparência, às vezes até excessiva, fazendo com que todos saibam muito rapidamente o que está de fato acontecendo, sem depender de

informação oficial ou a visão controlada dos meios privados de difusão, que têm algum nível de filtro ou censura.

O lado negativo da Internet é que na mesma velocidade em que trafegam as informações, há o mau uso na mesma veiculação de notícias; a vulnerabilidade da rede, que permite o seu uso indevido para obter detalhes pessoais e confidenciais que podem ser usadas contra pessoas, corporações e mesmo países; o descontrole no uso por crianças e adolescentes em fase de formação, e que ficam sujeitos a desvirtuamentos e mesmo a ações de pedofilia; além disso, as mesmas redes sociais servem a propósitos anarquistas extremistas, com resultados até mais eficientes que o seu bom uso para as ações sociais.

É verdade que notícias ruins também se irradiam com uma velocidade impressionante pela TV e rádio, e servem de alimento para as inúmeras horas de cobertura jornalística. De um modo geral, parece que o ser humano se interessa mais pelas notícias cruéis do que pelos bons feitos e acontecimentos positivos.

Desenvolver um conjunto de regras e restrições que promovam uma utilização mais equilibrada desta ferramenta de comunicação proporcionadas pela Internet parece algo necessário. Apenas a boa intenção não vai resolver.

No âmbito das nações, a implementação de um marco civil de uso da Internet com definições equilibradas para responsabilizar o mau uso da rede parece ser o melhor caminho. Sem, com isto, inibir o seu bom uso, principalmente o potencial de promoção da democracia e da responsabilidade na sociedade. Este é um atributo que não deve, de forma alguma, ser ameaçado.

Entre as nações, vale lembrar que as redes que trafegam dados têm destinos e pontos de presença fixos. A diversificação de rotas é uma medida de proteção, mas isso, por si só, não garante a segurança. É uma medida de proteção. Enquanto nos sistemas tradicionais de telefonia havia discricionariedade e respeito, no mundo da Internet, em que não se paga nada pelo uso de muitos aplicativos, parece ser quase inevitável que se criem enormes bancos de dados sobre hábitos e usos de preferências de usuários, com riqueza de informações e sem autorização. Essas informações são postas a uso de interesses de marketing ou, em casos extremos, à disposição de serviços de espionagem nacionais e supranacionais. A que preço, só podemos imaginar com base nos balanços dos maiores operadores OTT, que hoje estão entre as empresas mais valiosas do mundo, mesmo sem terem ativos tangíveis que sustentem este valor.

PCS: como assegurar o futuro

TELETIME 15, DEZEMBRO DE 1999

O ano 2000 terá na adjudicação das licenças de PCS seguramente um dos temas mais disputados e de interesse. Seguramente despertando maior interesse econômico que o alcançado pelas concessões das empresas-espelho para telefonia fixa ocorridas neste ano e, portanto, resultando em lances mais audaciosos no leilão que ocorrerá em meados do ano 2000.

Várias questões estão ainda por serem estabelecidas pela Anatel, como o próprio modelo de concessão e quem terá acesso a estas novas licenças. O debate está aberto por meio de consulta e audiência públicas convocadas pela Anatel.

Será o PCS uma nova banda de frequências - muitos já o chamam de banda C - a ser utilizada para permitir um terceiro operador no mercado, ou será uma extensão de serviço para melhorar sua oferta e extensão geográfica das atuais concessões?

A batalha que determinará para onde vai o modelo brasileiro de telefonia móvel está sendo travada agora, quando se estabelece a alocação da faixa de frequências para o PCS: 1.800 MHz ou 1.900 MHz?

Muitos interesses estão em jogo: o das operadoras já estabelecidas no mercado, procurando acesso a outros mercados e faixas de frequência, em busca de aumentar sua capacidade de canais em áreas onde já atuam (caso de São Paulo, onde falta espectro para os operadores atuais atenderem a demanda de crescimento); alternativamente estariam em busca de uma maior escala de operação por meio da obtenção de licenças adicionais em mercados onde ainda não atuam. É também a última oportunidade para ingresso no mercado daquelas empresas internacionais que perderam o bonde das concessões da banda B e a privatização do Sistema Telebrás, via novas concessões. Depois, só por meio de aquisições.

Na Argentina, estabeleceu-se de início um modelo com licenças regionais de telefonia celular - o advento do PCS -, adjudicadas em junho passado. Resultou numa situação de fato em que os quatro operadores estabelecidos passam a ter uma atuação nacional com tecnologia TDMA, operando nas faixas de 800 MHz e 1.900 MHz.

Outro interesse em jogo no Brasil é o dos fabricantes que estão buscando introduzir seus produtos, no caso o GSM, até agora barrados por questões de disponibilidade de frequências (sendo as bandas A e B restritas à faixa de 800 MHz eliminou-se a possibilidade de uso

do GSM projetado para a Banda de 900MHz).

Mais uma vertente colocada na mesa nesse complexo quebra-cabeça é o futuro dos serviços móveis em sua padronização universal, conhecido com IMT-2000, e que pretende tornar uma realidade permitir a comunicação de qualquer lugar e em qualquer momento para serviços múltiplos e que tem reservadas as faixas de 1.885-2.025MHz e 2.110-2.200Mhz, em fase de regulamentação e padronização no âmbito da UIT.

Árdua tarefa harmonizar esse quebra-cabeças. O processo transparente promovido pela Anatel é alentador, pois por meio de consultas e audiências públicas os grupos de interesse poderão se manifestar.

Historicamente, a definição de padrões nacionais, nos diferentes países, tem sido uma forma de preservar o interesse dos diferentes blocos industriais, notoriamente europeu e americano, na área de telecomunicações. O advento do IMT-2000 parece ser uma ruptura dessa tradição.

Entretanto, o IMT-2000 não deve ser encarado como uma nova banda ou nova tecnologia a ser alocada a novas concessões. É uma visão evolutiva para novos serviços, compatível com os investimentos já realizados e, como tal, o conceito de reservar bandas de frequência para o IMT-2000 é um caminho que não otimiza o uso do espectro de frequências no modelo atual.

A alocação de uma banda de frequências para o PCS deve permitir liberdade de escolha tecnológica pelos operadores, e a Anatel deve se abster de criar um padrão a partir da definição da faixa de frequências alocada a esse serviço.

Assim, a decisão da Anatel deve ser feita considerando que o IMT-2000 é uma evolução para serviços mais avançados, reutilizando a infra-estrutura na qual foram investidos recursos vultosos, e que a liberdade de escolha de tecnologia - TDMA, CDMA ou GSM - deve ser permitida aos operadores, sabendo de antemão que as soluções industriais de terminais e infra-estrutura estão se desenvolvendo igualmente, ou de forma muito semelhante, nas diferentes situações de tecnologia adotadas.

pol

política

Esta sessão é dedicada aos artigos em que são analisadas questões políticas, regulatórias e legais referentes ao mercado de telecomunicações, ciência, tecnologia e desenvolvimento industrial.

SMP, oportunidade desperdiçada?

TELETIME 22, JULHO DE 2000

Uma decisão foi tomada no encaminhamento das frequências de uso do Serviço Móvel Pessoal (SMP), e o regulamento de concessões e definição do mercado foi igualmente colocado em consulta pública. E assim, finalmente, estamos na trilha segura da implementação do SMP até meados de ano que vem, ou mais corretamente no terceiro trimestre. Em outras palavras, para a população brasileira estará disponível massivamente a oferta de SMP no ano 2002. Aproximadamente dois anos após nossos vizinhos da América Latina, e muito mais tempo em relação aos demais continentes.

Seguimos à risca os modelos traçados e as trilhas percorridas até agora na maioria dos países, implementando passo a passo as diferentes etapas da telefonia móvel, limitando as inovações até agora a aspectos que buscam melhorar a competição e permitam a participação de mais players em nosso mercado, com efeito real sobre a competitividade dos produtos e serviços ofertados. Ou seja, criar condições de acesso a essas tecnologias, com melhores preços para a maioria da população é uma missão até agora bem sucedida em certa medida.

As oportunidades que estamos vivendo nestes últimos tempos - que se manifestam através de novidades tecnológicas que resultam numa mudança de paradigma, de comportamento de consumo, ou mesmo na tão decantada nova economia - nos leva a refletir se não é chegado o momento de aproveitá-las para criar as condições para que o Brasil dê um salto qualitativo no âmbito das nações. Tanto como mercado consumidor quanto igualmente ao nos inserirmos no contexto das nações que estão definindo esses modelos e passar a fornecer soluções tecnológicas para as demais nações.

Na trilha em que estamos, cada vez nos distanciaremos mais dos demais países no usufruto, enquanto consumidores, e também de termos um papel significativo no desenvolvimento de soluções tecnológicas, que se insiram no contexto de primeiro mundo hoje.

Quando estivermos leiloando nossas licenças para 3G ou UMTS, o tema já será “coisa velha” no mundo e mais uma vez estaremos a reboque, sem poder participar ativamente da oportunidade global, pois os talentos e os capitais disponíveis estarão ocupados na implementação dessas decisões que estamos tomando hoje.

A mesma coisa se pode dizer sobre distribuição e cobrança de conteúdos associados à nova economia e outras manifestações da nova

economia, ou de novas tecnologias. Não podemos deixar que as regulamentações se constituam em um freio ao desenvolvimento desses novos negócios e oportunidades.

A oportunidade de regulamentação do SMP traz novamente à cena a pergunta se não estamos perdendo uma oportunidade: não a questão de frequências ou tecnologia, tão competentemente debatida nos últimos meses, mas sim a oportunidade de queimarmos etapas no desenvolvimento e formação deste nosso Brasil.

Sinto que estamos prestando pouca atenção, como um todo, a esta tremenda oportunidade, característica deste momento em que vivemos, para através de um salto tecnológico, que tenha efeitos concretos na educação, na redistribuição de renda, e ao mesmo tempo nos dá a oportunidade de mudar o nosso papel como país.

Ao criarmos oportunidades de um salto tecnológico, colocando-nos junto aos líderes em tecnologia, estaremos evitando seguir a reboque da história, mas sim criando condição de fazer história.

O descumprimento das metas

TELETIME 23, AGOSTO DE 2000

A situação de cumprimento, perdão, descumprimento das metas acordadas com a Anatel nos contratos de concessão e autorização para as empresas de telefonia fixa é, no mínimo, estarrecedora. Um desvio de tal magnitude leva-nos a questionar os critérios segundo os quais foram estabelecidas tais metas de qualidade, tanto do lado da agência reguladora, quanto das empresas concessionárias ou autorizadas que assumiram tais compromissos.

Todos sabemos que a real situação do Sistema Telebrás, na época da privatização, era no mínimo sofrível, e que o objetivo mais sensível e visível era acabar com a lista de espera para a obtenção de telefones. Era óbvio que as empresas tinham de privilegiar os investimentos em expansão para atender rapidamente a demanda reprimida e limitar o espaço para as espelho que viriam em seu encalço. Assim mesmo, ninguém pode declarar que desconhecia a realidade das empresas adquiridas no processo de privatização.

Por outro lado, as espelho, em fase de planejamento e implantação, deveriam ter já no seu processo de planejamento essas metas e compromissos como dado relevante e importante para o desenvolvimento de suas redes e ofertas de serviços.

Ora, o número de processos instaurados pela Anatel, acima de 1,7 mil, sugere, no mínimo, que se faça uma revisão crítica sobre a seriedade deste processo: ou houve ingenuidade, ou falta de contato com a realidade por parte da agência ao estabelecer tais metas, ou então falta de seriedade dos empresários ao assumirem em contrato esses compromissos. Qual das duas versões é a verdadeira? Não é relevante neste momento. O importante é saber o que vem a seguir. Quais as conseqüências? Multas e contestações de multas serão o melhor caminho, mostrando uma atividade de fiscalização de efetividade duvidosa?

Não creio que as penalizações sejam o melhor caminho. A saída seria talvez uma revisão crítica das metas, por ambas as partes, trazendo-as para uma base de senso comum e de realidade que as transformem num conjunto mais harmônico e coerente. Poderia ser uma relação de interdependência, em que as metas de qualidade de serviço funcionassem como redutores ou elementos de ponderação para as metas de universalização e expansão. Isto permitiria às concessionárias ampliar a oferta de serviços à medida que as metas de expansão fossem atendidas antecipadamente. Em outras palavras, seriam impostos fatores

que levariam a um desenvolvimento ordenado, e não desenfreado, em busca única e exclusivamente do direito de ampliar a oferta de serviços e área de cobertura.

Vale ressaltar também a morosidade da Anatel em publicar o regulamento de medidas e o primeiro resultado de medidas. Foram seis meses de atraso! É algo extremamente vulnerável o fato de que metas fixadas nos contratos de concessão assinados há mais de dois anos tenham sua regulamentação publicada somente agora. Esta situação produz os ingredientes ideais para um longo processo de contestação das multas que venham a ser imputadas a diferentes concessionárias e autorizadas. Não há dúvida de que neste veloz desenvolvimento do setor de telecomunicações, a Anatel tem de imprimir maior velocidade aos seus processos e decisões, ou será atropelada pelos fatos.

Esperamos que no processo de concorrência em curso das espelinhos haja um sensível aperfeiçoamento, principalmente levando em conta que o critério de seleção é movido essencialmente pela nota técnica e que algumas das propostas apresentam metas extremamente agressivas. A Anatel tem que estabelecer parâmetros e metas compatíveis e cumprir com o seu papel fiscalizador, pois caso contrário o consumidor, em nome de quem se está tentando criar um cenário de estímulo à concorrência, estará às voltas com serviços de qualidade discutível em relação às necessidades de desenvolvimento da sociedade brasileira.

Por que planejar e ordenar o uso do subsolo urbano

TELETIME 27, DEZEMBRO DE 2000

As calçadas de nossas cidades com suas inúmeras caixas de passagem, de sistemas de esgoto, água, eletricidade, gás, televisão a cabo e telefonia, são apenas a ponta do iceberg da bagunça e falta de planejamento de uso do subsolo urbano. Como conseqüências usuais do problema, vemos afundamentos do piso das vias públicas e transtorno para a população, quando várias empresas esburacam as mesmas vias públicas em dias alternados. Sem falar no alto custo que isto representa para a sociedade, num país de riqueza escassa como o Brasil.

A confusão se estende à falta de definição de responsabilidades. Pela Constituição, o subsolo do perímetro urbano é de responsabilidade do município e, portanto, todos os assuntos relacionados ao seu uso e ocupação são de sua alçada. Entretanto, se a questão for de energia, passa a ser de competência do governo federal.

E, por fim, o governo estadual é responsável pela água e esgoto. As complicações seguem adiante.

Cada esfera de poder - municipal, estadual e federal - tem seus próprios regulamentos, e, salvo honrosas exceções, não há uma coordenação entre elas. No caso das telecomunicações, o compartilhamento de uso do subsolo é assegurado pela Lei Geral de Telecomunicações e tratado em vários regulamentos. Tentativas de compartilhamento são arbitradas pelas diferentes agências reguladoras em esforços até agora inócuos.

Não faltam hoje tecnologias para o mapeamento e controle de uso do subsolo. Contudo, as prefeituras estão completamente desaparelhadas e inabilitadas para exercer um controle e fiscalização adequados.

Trata-se, antes de mais nada, de uma questão política, que deve ser abordada como tal. Nada melhor do que a oportunidade da mudança dos prefeitos para que se dê importância a este tema, incluindo-o na pauta de planejamento dos municípios brasileiros.

O processo pelo qual uma provedora de serviços faz uso do subsolo envolve a aquisição do direito de passagem, que certamente pode ser compartilhado com outros provedores de serviços similares. No estabelecimento de uma nova infra-estrutura, há a obrigação de preservar o conforto dos cidadãos, tão desgastados pelas dificuldades de trânsito e transporte, cada vez mais característicos das cidades brasileiras.

O planejamento da administração municipal pode melhorar a ocupação do subsolo e, por etapa, da qualidade de vida, impactando o

mínimo possível em interferências nas vias públicas, nos transportes e no dia-a-dia do cidadão.

O conhecimento do subsolo urbano pode ser obtido pela integração de informações por um único órgão municipal, responsável pelo mapeamento e racionalização de seu uso. Não como ferramenta de embargo e sim de otimização do uso das infra-estruturas existentes. Seria um serviço a mais que as prefeituras poderiam prestar. Que este procedimento não seja apenas um entrave burocrático ou uma oportunidade para a corrupção, tão enraizada na sociedade brasileira. Que a infra-estrutura administrativa municipal acompanhe este extraordinário desenvolvimento que a privatização da infra-estrutura de telecomunicações e energia está trazendo para o Brasil.

Temos notícias extremas de prefeituras sem serviços telefônicos, porque não pagam suas contas. A busca de novos conceitos e, principalmente, de eficiência deve nortear a adoção de soluções modernas que representem efetivamente redução de custos e de investimentos para as operadoras. E não apenas a criação de tributos, como freqüentemente se tem notícia, a partir de novas tentativas pelos diferentes níveis administrativos. Conceitos de remuneração de uso do subsolo, por permuta de certos tipos de serviços, são alternativas a serem consideradas.

Mobilidade restrita e isonomia

TELETIME 38, NOVEMBRO DE 2001

A mobilidade restrita como uma extensão do serviço telefônico fixo comutado (STFC) chega ao mercado brasileiro e já é um prato cheio para polêmicas.

Restrito às operadoras que optaram por utilizar a tecnologia de wireless local loop (WLL) e que, portanto, criam uma limitação de aplicação nos grandes centros às empresas-espelho, parece ser uma espécie de casuísmo para salvar as infra-estruturas plantadas por algumas destas empresas. Não se tem notícia da aplicação em grande escala em algum lugar do mundo deste conceito de mobilidade restrita para o usuário residencial.

A ausência de critérios claros de definição para o limite desta mobilidade e a atribuição da fiscalização ao próprio operador que se beneficiará desta modalidade de serviço pode inviabilizar o conceito. O alcance das estações radiobase é bastante amplo, permitindo a esta tecnologia inclusive a implantação de hand-over entre elas, com um pequeno investimento. As experiências na Europa - onde a tecnologia empregada foi o Digital European Cordless Telecommunication (DECT) - limitavam intrinsecamente o alcance.

Estamos, pois, ante um serviço que permite na realidade uma mobilidade ampla e que pode se tornar uma competição com outros tipos de serviços móveis, em lugar de ser uma competição com as incumbents de serviço fixo, objetivo inicial de criação das empresas-espelho.

Vale lembrar que em geral o artificialismo regulatório tem vida curta, como foi o caso da regulamentação restritiva ao trunking, que hoje é um competidor usual ao serviço móvel. A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) introduziu o conceito de isonomia assimétrica na regulamentação. Foi uma forma de tentar compensar diferenças de poder econômico para fomentar os mecanismos de competição.

Creio que esta é uma oportunidade de criar isonomicamente o equivalente para as operadoras de serviço móvel. As operadoras móveis poderiam, por isonomia, obter direitos de oferecer serviço local para seus assinantes, com tarifa local, numa clara reação à regulamentação de mobilidade restrita para os operadores de STFC.

Esse posicionamento se justifica uma vez que a tecnologia dos sistemas celulares e dos sistemas de billing já permite a identificação de chamadas originadas e terminadas dentro de uma zona de registro do assinante, bem como caracterizá-las e tarifá-las como chamada local.

Assim, as operadoras-espelho com tecnologia wireless estariam oferecendo serviços móveis próximo da casa do assinante e as operadoras celulares estariam oferecendo serviços fixos, a tarifas locais, para os clientes em seu domicílio de registro. Estes critérios, associados a uma efetiva liberação de tarifas planas para chamadas locais, poderiam ampliar de fato a concorrência no mercado residencial, com o significativo aumento do número de players.

Essas liberalizações entrariam num cenário de cumprimento de metas e de ampliação de oferta de serviços pelas operadoras no mercado. Como consequência, o usuário poderia ter menos telefones, porém mais eficazes.

Se, além disso, a Anatel regulamentar e impuser como obrigação na expansão de áreas de atuação a portabilidade de número telefônico, estará completando um cenário com ferramentas para que as diferentes operadoras concorram pelo usuário com ofertas atrativas. Isso criaria uma concorrência efetiva e não de modelos teóricos que podem ou não dar certo.

Estabelecidas as condições de competição vem a hora de repensar o papel estratégico do setor de telecomunicações como impulsor do desenvolvimento econômico do Brasil e, a partir daí, privilegiar uma estratégia de desenvolvimento de competências para sua sustentação.

Essa primeira fase do modelo foi bem-sucedida. A segunda fase é breve e consiste na efetivação da competição, cujas regras devem ser simples e claras, fundamentadas na portabilidade e na pluralidade de serviços. O repensar do papel da agência reguladora e do modelo vem a seguir, assumindo seu papel estratégico de desenvolvimento a longo prazo do Brasil.

Portabilidade, direito do usuário. Mas, quem paga a conta?

TELETIME 39, DEZEMBRO DE 2001

Os três elementos fundamentais para o estabelecimento das condições mínimas para que as empresas entrantes possam aspirar a ter uma condição justa de competição em mercados liberalizados são: direito à interconexão, direito de uso compartilhado da rede de acesso - o discutido unbundling da rede de acesso, e o direito do cidadão quanto à manutenção de seu número telefônico independente da operadora que lhe esteja prestando o serviço telefônico - a portabilidade numérica.

A Anatel não agiu com a energia necessária para estabelecer rapidamente o regulamento de interconexão e muito menos na arbitragem das negociações entre as operadoras, colaborando decididamente no retardamento deste processo em detrimento das empresas entrantes. O tema do unbundling arrasta-se sem uma intervenção da Anatel, e fora alguns persistentes defensores de sua necessidade, já se conforma o mercado com a indisponibilidade de redes de terceiros para ter acesso a seus potenciais assinantes, embora previsto claramente na Lei Geral de Telecomunicações (LGT).

O último elemento é a portabilidade numérica, que estabelece um direito do cidadão de ter o seu número telefônico único, assim como tem o seu número de registro de identidade. O direito se estende não só às pessoas físicas, mas também às jurídicas, para as quais muitas vezes um número telefônico tem associado um investimento de marketing e propaganda significativo. Nestes casos, hoje, a empresa e o indivíduo são reféns da operadora na qual se inscreveram inicialmente, independentemente de terem tido ou não outra opção.

Na realidade, sem a portabilidade numérica a viabilidade de negócios para as operadoras entrantes em uma nova região ou área limita-se ao fornecimento de uma eventual segunda linha, raramente podendo aspirar a ser o principal operador para os clientes já estabelecidos. É uma concorrência restrita e em certos aspectos até injusta.

Assim, o sucesso do modelo de competição requer que a portabilidade seja regulamentada e rapidamente implantada, e a Anatel não pode deixar este tema como fez com os demais - interconexão e unbundling -, pois poderá ser muito tarde para a própria credibilidade da instituição e do modelo de competição aqui implantado.

A implantação da portabilidade não apresenta problemas tecnicamente, entretanto requer significativos investimentos. A questão é:

como repartir os custos e quem paga a conta?

Muitos países da Europa e dos Estados Unidos já dispõem de regulamentação extensa, inclusive de modelos de repartição de custos e de tarifação aos usuários.

A portabilidade é, sem dúvida, uma opção de serviço e, como tal, deve ser cobrada, o que poderia ser feito na medida de seu uso, como uma sobretaxa, ou como uma tarifa mensal. Quem cobra é a operadora à qual o usuário está vinculado no momento, pois é quem com ele se relaciona.

A portabilidade envolve a empresa doadora do número, a operadora receptora e uma central de administração de números. Assim como na interconexão, na portabilidade há um pagamento pelo uso de rede, deve haver uma remuneração para a operadora doadora e outra para a central de administração de números portados.

O problema fica mais complexo quando se verifica que os valores que podem ser cobrados do usuário por este serviço, para não eliminar a opção pelo preço, são irrisórios se comparados com os investimentos associados. Ou seja, com base nas tarifas que poderiam ser cobradas, não há como as empresas recuperarem os investimentos para oferecer a portabilidade. Assim, as tarifas devem ser suficientes para cobrir os custos das operadoras envolvidas e da central de administração de números portados.

A pergunta que falta responder é como justificar e remunerar os investimentos necessários? As empresas incumbentes, que sem dúvida são, num primeiro momento, as principais doadoras, estariam frente ao paradoxo de serem obrigadas a investir, conforme a LGT, para permitir que as concorrentes tenham maior facilidade de capturar seus assinantes com ofertas atraentes. Ora, não há como explicar para um acionista tal tipo de investimento, e a tendência seria a Anatel contemporizar sem tomar a iniciativa de resolver a questão.

É mais fácil dizer do que encontrar uma solução. Entretanto, talvez neste caso pudesse a Anatel, dentro dos princípios básicos de competição e universalização, entender que é um direito do usuário selecionar seu prestador de serviços. Dentro desta ótica, e ante a irracionalidade de as operadoras investirem para perder assinantes, seria bastante lógico destinar uma parte dos recursos do Fust para financiar a implementação da portabilidade nas redes fixas e móveis no Brasil.

É possível mudar de rota

TELETIME 41, FEVEREIRO DE 2002

O modelo de privatização e desregulamentação do setor de telecomunicações trouxe para o cenário brasileiro um novo desenho de agência setorial, com funções reguladoras e de fiscalização muito bem definidas, responsável por conduzir o processo de desestatização e com a importante missão de pilotar a competição em território nacional para todos os serviços.

As metas de universalização criaram o compromisso de investimentos e as perspectivas de ampliação de área de atuação estimularam os diversos grupos econômicos a investirem fortemente no aumento da oferta de acessos fixos locais, ao mesmo tempo que a busca de market share fez explodir a oferta de acessos móveis.

Também o leque de serviços especializados de dados e de redes corporativas é bastante abrangente. De fato, apenas a competição no serviço local ficou só na vontade, e uma grande lacuna foi a ausência de uma efetiva política industrial e tecnológica, atrelada ao extraordinário desenvolvimento do setor nos últimos anos.

Na verdade, esta pequena resenha é uma repetição e confirmação dos acertos da Anatel no seu início. Acertos que não se reproduzem nas demais agências criadas que, até agora, falharam em estimular o desenvolvimento e a competição em seus respectivos setores.

Um importante diferencial da Anatel em seus primeiros anos foi sem dúvida a atitude democrática e participativa, que fez com que grande parte de suas decisões refletissem os anseios da maioria e respeitassem o bem-comum da sociedade.

Passou a primeira fase e surge o momento complicado de identificar os próximos passos. Principalmente, surge a dificuldade de saber ajustar a rota para que os objetivos maiores sejam atingidos e, mais ainda, saber redefiní-los quanto a uma mudança tão importante do cenário nacional e internacional. Mais fundamental ainda é não perder de vista a metodologia democrática na qual residiu a grande força da Anatel desde o seu começo. Metodologia esta que não deve se esquecer de que é uma via de duas mãos, devendo a sociedade representativa ser ouvida. A agência não pode deixar de retroceder quando algum equívoco for constatado.

O modelo de desregulamentação e competição em vários países do mundo está em crise. Isto é resultado da própria crise setorial onde, em lugar de competição se vê concentração, com as pequenas CLECs (espe-
lhos no Brasil) sendo sufocadas pelas incumbents, resultando em

um esforço quase inútil de competição, muitas vezes por omissão das agências regulatórias.

Neste novo cenário do setor de telecomunicações, é fundamental identificar quais as novas prioridades, rotas e metas realmente importantes, uma vez que ao insistir nos mesmos objetivos, corremos o risco de seguramente ir de encontro ao iceberg, tal e qual o Titanic, orgulhoso de seu projeto de modernidade.

Em um ano eleitoral, em que todos os partidos preparam suas propostas de programa de governo, o setor de telecomunicações não pode ficar numa posição marginal, pois está intrinsecamente ligado ao desenvolvimento do País. Os diferentes partidos, ao delinearem as estratégias para o setor, estarão também educando-se para atuar no Congresso na próxima legislatura.

A participação de líderes do setor e formadores de opinião é uma responsabilidade da qual ninguém pode se furtar, pois agora é o momento de debater novos rumos para a política e os regulamentos.

É hora de definir como fortalecer os operadores e a indústria nacional, como fomentar a criação de empregos, como utilizar os fundos previstos em lei para efetivamente criar uma política tecnológica que coloque o Brasil na vanguarda. Que deixemos de ser meros seguidores, identificando oportunidades efetivas dentro do novo cenário de novas tecnologias, em lugar de continuar investindo para sermos apenas discípulos de boa qualidade.

Que os partidos políticos desenvolvam seus planos com seriedade e que saibam buscar dentro de cada setor, e em especial no setor de telecomunicações, pessoas com a experiência e visão capazes de delinear as mudanças de rota necessárias para que a continuidade do desenvolvimento deste setor e do País sejam possíveis.

Inclusão digital, a nova dimensão da universalização

TELETIME 47, AGOSTO DE 2002

Embora imensos desafios ainda tenham de ser enfrentados, o setor de telecomunicações é um exemplo de estratégia bem-sucedida de reestruturação, com a criação da Anatel, privatização e desregulamentação, que até serve de paradigma internacionalmente.

Grandes problemas permanecem por resolver, como a efetiva competição na telefonia fixa. Como manter um nível saudável de competição nas operações de serviço móvel e longa distância, sem que os players neste mercado acabem em situação falimentar? Ou, ainda, que o modelo leve à concentração de umas poucas empresas, propiciando a formação de oligopólios, invalidando a médio ou longo prazo o modelo estabelecido?

O primeiro objetivo do governo é estabelecer uma competição que favoreça o cidadão, garantindo-lhe acesso aos meios de telecomunicações, seja um simples telefone para voz ou recursos de dados para acessar o mundo digital, a preços competitivos e com qualidade.

Um aspecto não resolvido é a universalização dos serviços telefônicos, ou seja, a voz, pura e simplesmente. Apesar dos números de acessos telefônicos que o Brasil ostenta serem bastante gratificantes e corroborarem o êxito da estratégia implantada no setor, a questão da universalização ainda não está resolvida.

Assim, a privatização permitiu que, em dezembro de 2001, fosse superada a marca de 47 milhões de acessos de telefonia fixa instalados, números estes impensáveis há oito anos. O benefício maior foi das classes de menor renda, fazendo com que o número de lares de classe D com acessos telefônicos disponíveis aumentasse expressivamente em todas as regiões do País. Infelizmente, a realidade econômica fala mais alto, e apesar da facilidade de acesso, o usuário não teve como pagar as contas telefônicas.

A consequência é que as prestadoras de serviço telefônico estão desconectando estes acessos por falta de pagamento, resultando numa situação em que todos saem perdendo. O usuário, por não poder desfrutar este serviço essencial para a sua inserção na sociedade, e as operadoras, que acabaram ficando com um estoque de 10 milhões de terminais.

As teles acabaram amargando um alto índice de provisão para devedores duvidosos em seus balanços, e tiveram que mudar a expectativa em relação ao retorno destes investimentos. A esta altura, a antecipação

das metas, na maioria dos casos, não foi uma boa estratégia. Melhor está quem não optou por ela.

Por fim, para a Anatel ficou a constatação de que não basta obrigar por contrato as operadoras a instalarem acessos em grandes quantidades; há que criar condições para que o usuário possa manter e desfrutar o serviço.

O problema é que ainda não resolvemos esta primeira questão, e já estamos atrasados para formular políticas e metas para o tema da inclusão digital. É consenso que num país pobre e em que a maioria da população é excluída, a oportunidade oferecida por um salto tecnológico, o mundo digital, representa a chance de superar o atraso.

Temos que rapidamente resolver o problema da universalização para poder atacar adequadamente a inclusão digital, senão ficaremos marcando passo e podemos perder o bonde da história, se é que já não o perdemos. Os elementos estão aí, são claros e finitos:

- Assim como no setor de energia elétrica, deveria haver tarifas diferenciadas para o consumidor de baixa renda;
- O ICMS cobrado sobre os serviços telefônicos deveria ser reduzido para estimular o uso das telecomunicações, que é serviço essencial; além disso, os Estados deveriam fazer a redução seletiva de ICMS para favorecer a universalização;
- As operadoras deveriam implementar o serviço fixo pré-pago que tanto sucesso obteve nos serviços móveis;
- A Anatel deveria sair do imobilismo em relação ao Fundo para a Universalização dos Serviços de Telecomunicações (Fust), e procurar utilizá-lo para resolver os problemas atuais, enquanto formula as políticas para a inclusão digital;
- As metas de inclusão digital deverão estar claras nas novas autorizações e na renovação dos contratos de concessão.

Os índices gerais impressionam, mas podem levar ao engano. Há muita concentração dos acessos e a universalização é uma meta não atingida.

A prioridade, portanto, é a criação das condições necessárias, através da utilização dos mecanismos já existentes, para a gestão da universalização dos serviços de telecomunicações.

Em seguida, deve-se partir para a eliminação da exclusão digital, não esquecendo, desta vez, da necessidade de uma visão integrada com os setores de tecnologia e industrial para podermos aproveitar esta janela da oportunidade que é o salto para o mundo digital.

Renovar ou reformular os contratos?

TELETIME 50, NOVEMBRO DE 2002

A agenda do setor de telecomunicações está extremamente carregada de temas importantes neste final de ano, em clima de transição para um novo momento político, com um novo governo eleito democraticamente que, por ser de oposição ao atual, poderá ter opiniões diferentes da política adotada até aqui.

Com temas da importância da TV digital, política industrial e tecnológica, além da lei de comunicação de massa, corremos o risco de negligenciar a relevância da renovação dos contratos de concessão para as empresas incumbents de telefonia fixa e longa distância com data de vencimento apenas para de 2005. Pelo estabelecido na Lei Geral de Telecomunicações e pelos termos do próprio contrato, este processo tem que se iniciar agora com o estabelecimento das condições para a renovação, as quais uma vez definidas valerão para os próximos 20 anos.

É uma decisão de suma responsabilidade e para a qual vimos alertando a necessidade de se iniciarem os estudos e trâmites há tempos.

A pretensão das operadoras é que o contrato continue como está, o que pode indicar que o contrato desta forma tem a melhor condição de remuneração de seus investimentos. Como estas operadoras em geral têm operações em outros países, onde já passaram por este processo de renovação, é lícito pensarmos que a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) deveria aproveitar esta oportunidade para procurar restabelecer o equilíbrio destes contratos, equilíbrio entre as operadoras locais, suas obrigações, as operadoras de longa distância e os seus clientes.

Assim, diríamos que é relevante que esses novos contratos evitem as mesmices e sirvam para uma correção de rumos, e que a pressa e o acúmulo de decisões importantes e estratégicas para o País não sirvam para que no futuro venhamos a nos arrepender de uma decisão pouco debatida.

A falência da Associação das Empresas de Telefonia Fixa (Abrafix) como representante e porta voz das operadoras fixas, aí incluídas as espelhos, é uma clara indicação do desequilíbrio de forças neste mercado, que além de inviabilizar as operadoras de longa distância e as espelho, acaba colocando o usuário a mercê das incumbents. Assim, a Anatel está negociando com as próprias operadoras e deveria estar mais atenta às conseqüências de proteger o interesse destas contra um eventual desequilíbrio econômico financeiro, quando ninguém está tão mobilizado para a proteção dos usuários contra a alta de tarifas acima

da inflação e com certeza sem nenhuma relação com os aumentos salariais da massa da população brasileira.

É uma oportunidade para que pelo menos no setor de telecomunicações se corrija a distorção criada nos contratos de concessão, permitindo que as tarifas controladas pelo governo sejam aquelas que puxam a alta da inflação, enquanto os demais preços administrados pelo mercado são mantidos apertados pelo controle de demanda e a competição. Não há preços corrigidos pelo IGP-DI hoje em dia, a não ser os administrados pelo governo. É hora de mudar isto.

O desequilíbrio econômico entre as operadoras locais e de longa distância deve ser equacionado nesta oportunidade, tentando criar condições equilibradas de rentabilidade. As incumbents se beneficiam deste alto custo de interconexão, e se não cuidarmos deste tema, teremos em breve as operadoras de Serviço Móvel Pessoal (SMP) engrossando as fileiras das empresas em situação econômica crítica. A Anatel deveria reexaminar o processo e reconhecer que a negociação livre entre as empresas, que é a regra atual, quando há um desequilíbrio de poder econômico, é uma ficção, e não uma realidade viável.

A universalização, agora sob a denominação de inclusão digital, com ou sem banda larga deve ser parte integrante deste debate, lembrando que em países onde esta universalização obteve êxito, o estado contribui decididamente, inclusive com recursos financeiros. Uma eventual utilização dos recursos do Fundo de Universalização das Telecomunicações (Fust) deve ser considerada, embora requeira uma negociação com o Congresso.

A qualidade não deve ser relaxada, mas novas tecnologias de comunicação e transmissão, novos protocolos, e novas arquiteturas de rede devem ocasionar uma revisão dos critérios de qualidade que foram desenvolvidos em outro estágio da tecnologia.

Finalmente, 20 anos é muito tempo e ninguém pode se arvorar em conhecer o que acontecerá com a tecnologia e o mercado ao longo deste período. Assim, deve-se prever revisões periódicas, mas não com ênfase no equilíbrio econômico financeiro das empresas, e sim para que os cenários possam ser adaptados/ajustados face à realidade das novas conquistas tecnológicas mundiais e sociais em nosso País.

É uma rara oportunidade de, evitando fazer uma mera renovação dos contratos, aproveitar para reformular os mesmos com a introdução das necessárias correções de rumo no modelo.

Telecomunicação: serviço essencial ou supérfluo?

TELETIME 56, JUNHO DE 2003

Parece uma pergunta boba. E, sem dúvida, todos sabem a resposta, pois para a maioria das pessoas de bom senso o serviço de telecomunicações é essencial. Pensei ter escolhido um tema polêmico para a coluna, porém, com esta resposta contundente, deveríamos estar encerrando por aqui e procurar outro assunto.

Infelizmente, a verdade é que nessa maioria de bom senso não está incluído o bloco de nossos políticos e da administração pública nos governos municipal, estadual e federal. Esses legisladores, esquecendo-se das verdades elementares, classificam sistematicamente os serviços de telecomunicações como supérfluos.

O ICMS, de esfera estadual, que incide sobre o setor, é da ordem de grandeza daquele aplicado ao fumo e às bebidas, onde o alto imposto tem por objetivo inibir o seu consumo, uma vez que são hábitos considerados prejudiciais à saúde, o que certamente não se aplica às telecomunicações. Mesmo automóveis são tratados com maior deferência em termos tributários.

A realidade é que a facilidade de arrecadação que representa receber mais de 50% dos impostos de alguns poucos operadores é irresistível para nossos governos estaduais. Apoiados no credo fiscal que tomou conta da administração pública federal e que implica em aumentar a arrecadação em lugar de conter os custos, encontraram nas contas telefônicas o substituto da ineficiência da máquina administrativa. E recebem religiosamente a sua quota de ICMS, sem considerar a eventual inadimplência dos próprios clientes das operadoras de telefonia.

Quando há uma perda geral de consciência do valor das coisas, em defesa deste credo fiscal, devemos retomar argumentos simples: o serviço de telecomunicações é essencial, pois permite incorporar a todas as atividades produtivas a eficiência e a modernidade necessárias à efetiva competitividade das nossas indústrias; é motor da economia, um verdadeiro insumo das demais atividades produtivas.

Assim, ao gravarmos esses serviços com qualquer imposto, estamos tributando em cascata todos os produtos, diminuindo a competitividade internacional quando o Brasil se volta tão decididamente para um modelo de estímulo às exportações.

Parece tão óbvio. E mais, isso é aceito em todas as cadeias produtivas em que os impostos pagos sobre insumos são creditados na hora de pagar os impostos sobre o produto final. Na realidade, o que se

propõe é que encaremos as telecomunicações como insumo essencial para qualquer atividade produtiva, sem as quais não seríamos sequer um projeto de país.

Pode alguém imaginar qualquer atividade produtiva, de serviços ou no comércio, sem o uso massivo das telecomunicações? É essa característica de insumo que deve ser considerada na reforma tributária: a essencialidade a fim de trazer as alíquotas a níveis razoáveis e competitivos em escala mundial e a característica de insumo para evitar a cascata tributária.

É fácil para o governo exortar as empresas a serem competitivas. Mas cabe ao governo criar condições básicas de competitividade para o Brasil. Para isto, talvez, deveríamos ser mais ousados na reforma tributária e mais atentos à redução do peso da máquina administrativa, cortando custos e pessoal, como se faz em qualquer empresa em crise.

Pois a arrecadação não pode crescer apenas com maior fiscalização e mais impostos, que é a doutrina em prática nas esferas municipal, estadual e federal. Não podemos negar a necessidade do equilíbrio fiscal. Porém, a forma utilizada até agora significa que um número menor de contribuintes paga cada vez mais impostos para sustentar a máquina governamental que consegue fazer cada vez menos.

Está na hora de reconhecermos que menos impostos ou alíquotas menores resultam em uma base maior de arrecadação. A consequência, onde isso foi tentado, é a geração de um volume maior de arrecadação sem representar um freio para o país.

O setor de telecomunicações cresceu dentro das condições existentes até o limite de elasticidade do mercado e em paralelo com as medidas setoriais em discussão. É de bom senso, aproveitando a reforma tributária, adotarmos medidas de redução de impostos e uniformizarmos suas alíquotas em todos os estados da Federação. Podemos acabar com esta asfíxia que impede o crescimento do setor e de toda a economia.

A política industrial e a microeletrônica

TELETIME 62, DEZEMBRO DE 2003

A proteção aos interesses nacionais é uma prática usual e aceita. Os europeus, norte-americanos, canadenses e mesmo o Japão são exímios praticantes dos mecanismos de subsídios para seus produtos na exportação ou fechamento de seus mercados, criando incentivos nacionalistas para fomentar o consumo de produtos locais.

O que se questiona são os mecanismos de fechamento do mercado - no Brasil, com a reserva de mercado para certos tipos de bens -, que criaram um estigma que muitos carregam ainda hoje como um sentimento de culpa. A contrapartida, nos tempos do governo Collor, foi a abertura indiscriminada de todas as portas, gerando um sucateamento da indústria aqui instalada no momento, perda de empregos e desequilíbrio na balança comercial.

A rápida modernização do parque industrial para ganhar competitividade internacional e a entrada de produtos e modelos de última geração poderiam ter ocorrido de forma mais gradual e ordenada, evitando desemprego e desperdício.

Um País emergente como o Brasil tem a necessidade de definir uma política industrial que norteie os investimentos, visando melhorar a condição de emprego e garantir uma posição exportadora. Essa necessidade é reconhecida pelo governo e de tabu virou projeto em apenas um ano.

Parabéns ao atual governo pela decisão de propor uma política industrial para o País. Já tivemos uma política de substituição das importações, que gerou a implantação da indústria automobilística local, com o desenvolvimento de um importante parque siderúrgico. Essa indústria tem, hoje, condições de exportar para todo o mundo e é parte importante de geração de superávit na balança comercial, sendo que as filiais das montadoras aqui instaladas competem em igualdade de condições com as demais fábricas do mesmo grupo por projetos mundiais.

Uma política de incentivo às montadoras pode ter sucesso, porém é baseada na concessão de incentivos fiscais que, de alguma forma, acabam onerando o Tesouro nacional, estadual e municipal, pois na guerra fiscal entram todos os níveis da administração.

Quando se fala de microeletrônica, o primeiro critério de volume de importação leva à imediata busca de uma solução de produção local com a conseqüente redução da evasão de divisas. Infelizmente, os insumos para produção de "chips", microprocessadores e memórias

continuarão sendo importados e, pior ainda, as fábricas são totalmente automatizadas, e geram poucos empregos.

Mais recentemente, a Intel, num processo de escolha de um país na América Latina para montar uma nova fábrica, optou pela Costa Rica, descartando o Brasil pelo excesso de burocracia e de impostos. Foi uma oportunidade única dentro desta visão de política industrial agora proposta.

Na microeletrônica, são poucos os detentores da tecnologia, e os insumos e royalties representam um custo importante em qualquer processo de industrialização ou transferência de tecnologia. Os esforços despendidos no passado para desenvolver semicondutores ou microeletrônica, desde o longínquo exemplo da Transit, em Montes Claros (SP), até os mais recentes projetos do CPqD e dos laboratórios de pesquisa da USP, esbarraram na falta de uma política industrial associada que permitisse uma escala compatível para a viabilização destes projetos.

É importante que o governo, ao designar a microeletrônica como área de prioridade para uma política industrial, não incorra no erro de pensar que existe competência para o desenvolvimento de componentes no Brasil e que, mesmo que existisse, eles teriam a capacidade de serem disseminados para utilização global.

Qualquer política deve buscar uma dimensão de inserção global. Essa conclusão nos leva à reconsideração de quais fábricas poderiam se interessar em instalar-se no Brasil e o que devemos mudar no País para torná-lo atrativo a investimentos desse tipo, uma vez que o tamanho de nosso mercado e a logística de distribuição para a microeletrônica não são fatores determinantes.

Burocracia, não respeito a contratos, legislativo emperrado e alta carga tributária são fatores que fazem o Brasil perder espaço no cenário global.

O meu aplauso é à coragem de propor uma política industrial. Não creio que a microeletrônica tenha sido uma escolha feliz. A disposição ao diálogo, manifestada pelo governo, e a oportunidade de discussão desse projeto no Congresso, sem dúvida, permitirão até uma revisão de prioridades, e espero que numa próxima etapa o governo se dê conta de que uma política industrial é um dos pilares para a construção do País. Os outros são uma visão estratégica de longo prazo e, como conseqüência, uma política de desenvolvimento tecnológico que servirá de base para as próximas etapas da política industrial. Estamos falando de décadas, e não de um ou dois mandatos presidenciais.

WiMAX: a bola da vez?

TELETIME 92, SETEMBRO DE 2006

Banda larga é a chave do sucesso e o futuro das telecomunicações. É também através da inclusão digital, com a universalização da banda larga, que os países conseguirão eliminar as diferenças sociais e acelerar o seu desenvolvimento. As oportunidades para atingir esses objetivos devem ser perseguidas pela sociedade e governo em uníssono, e não como privilégio isolado de alguns grupos.

O leilão das bandas de 3,5 GHz e 10,5 GHz, em andamento, virou sinônimo de aplicação da tecnologia WiMAX, e, mais do que isto, uma discussão extemporânea sobre o futuro da inclusão digital caso estas bandas sejam destinadas à iniciativa privada, sem obrigações de caráter social para sua universalização. O fato de que as soluções wireless para acesso fixo não tenham conseguido criar uma massa crítica que viabilizasse seu uso em escala é evidente pelo resultado das licitações anteriores destas mesmas bandas de frequências, que foram utilizadas apenas como complemento de rede, e não como solução barata para disseminação da banda larga como se prevê na nova licitação.

É provável que isso se deva ao fato de que a tecnologia WiMAX está mais difundida agora do que há dois anos. O fato é que operadores de TV por assinatura, operadores fixos e celulares e prestadoras de serviços de nicho estão experimentando o WiMAX, cada qual com o seu business case. O leilão já recebeu mais de cem propostas, dentro das regras aprovadas pela Anatel. Mas aí é que a confusão volta a imperar, e mais uma vez um processo que já foi retardado quase um ano volta a empacar por interesses de última hora.

A consulta pública e audiência na Anatel têm todas as características de um processo democrático que permite a manifestação de todas as partes envolvidas, cabendo sempre a última palavra à agência contemplando o interesse público. Pelas interferências de última hora, esse processo parece não estar mais funcionando. A dificuldade da Anatel em mudar de posição mostra que a agência está muito mais em um monólogo do que em um processo de diálogo com a sociedade.

Acreditamos na importância de agências reguladoras independentes, que ajudem a blindar os investimentos de longo prazo dos interesses políticos de curto prazo, ou mesmo dos casuísmos temerários. E a independência da agência não deve ser questionada por sua surdez ocasional.

Não podemos esquecer que a tecnologia não é o objeto da licita-

ção, e sim as bandas de frequências. A visão de tecnólogos e burocratas não é o que vai necessariamente ditar o sucesso da política ou dos business cases. Vale lembrar que as comunicações móveis se transformaram no meio primário de comunicação, rivalizando com o serviço fixo principalmente pela disponibilidade de terminais de baixo custo e a disseminação do pré-pago.

Por enquanto, a comunicação móvel não é alternativa para a banda larga, ao menos até a implantação da 3G já com HSDPA. Enquanto as comunicações móveis padronizaram o uso de umas poucas faixas de frequências globalmente criando uma massa impressionante de usuários, as bandas de frequências alocadas às comunicações wireless são dispersas.

Cada país tem uma distribuição e utilização diferente, como consequência histórica de decisões locais conforme as necessidades do momento sem uma visão global de mercado mundial e interoperabilidade. A consequência é uma restrição ao desenvolvimento de rádios de baixo custo, devido principalmente à falta de massa crítica, limitando assim a viabilidade das soluções de rádio em aplicações de acesso fixo.

A venda de licenças de uso de espectro como forma de arrecadar está fora de uso. O espectro é um bem escasso e determinar qual o seu valor é muito difícil, principalmente quando as incertezas de sucesso do serviço são muitas. Vale lembrar que muitas licenças vendidas por bom preço acabaram não resultando no desenvolvimento dos serviços que os órgãos reguladores esperavam. O aproveitamento dessas bandas de frequências gera uma nova expectativa, pois o WiMAX seria a próxima etapa de evolução nas comunicações como a 4G.

O leilão está em curso. Foram debatidas as regras, e a mudança das regras do jogo podem simplesmente afastar uma grande parte desses potenciais investidores interessados na oportunidade de negócio representada por essas novas bandas e pela promessa da tecnologia WiMAX. Há dois anos o interesse foi inexpressivo comparado ao de agora. A inclusão digital como um ônus para os investidores não faz sentido no processo em andamento. A sua suspensão sinaliza negativamente quanto ao futuro do modelo de agências reguladoras no País. Por outro lado, a autorização, com obrigações de universalização, fica com cara de concessão, e tem muito poucas empresas que conhecem este jogo.

Agências fortes e regras estáveis

TELETIME 93, OUTUBRO DE 2006

O modelo de agências regulatórias é pauta obrigatória no próximo mandato legislativo. O Congresso tem a oportunidade de aprimorar o modelo implantado ao longo de dez anos (1992-2002), ou compactuar com os interesses políticos do momento e propiciar o desmonte das agências, como tem sido a tônica nestes últimos anos. Existe uma confusão entre a discussão e formação das políticas públicas, essenciais para cada setor da economia onde se queira atrair o investimento privado, e o cumprimento e respeito pelas regras a estas mesmas políticas, que em geral conflitam com os interesses do governo de turno.

É fato que a agência, ao reunir em seus quadros profissionais de reconhecida competência no setor, tem uma contribuição conceitual e técnica para as discussões e formulação dos temas setoriais, mas sem com isto ter que assumir o papel de formular as políticas públicas de cada setor. Estas são responsabilidades do Executivo, e a participação da sociedade se dá através das consultas e audiências públicas e discussão no Congresso. O modelo é simples, foi elaborado lentamente com ampla discussão na sociedade e baseia-se em leis e regras estáveis e políticas públicas. O cumprimento destas leis e regras é garantido através da atuação de agências do Estado, com regimento próprio e pessoal capacitado independente do interesse político do momento. É fundamental para a evolução deste processo que todos os envolvidos tenham clara a distinção e entendimento da diferença entre Estado e governo e o papel de cada um no curto e longo prazo.

A dificuldade de substituir os conselheiros da Anatel por pessoas do partido no poder e a dificuldade no Legislativo de aprovar as mudanças que permitissem um substancial enfraquecimento das agências são evidências do acerto do modelo adotado no início do processo de privatização, e que sem dúvida foi uma das causas do sucesso alcançado, principalmente no setor de telecomunicações.

Afinal, quando se trata de investir na infra-estrutura, substituindo a incompetência do governo, são garantias para retorno de um investimento de longo prazo, transcendendo os períodos legislativos e de mandato de governos, quer sejam de quatro ou de oito anos. Se não houver visibilidade de que as regras e os contratos serão mantidos, dificilmente se terá o investimento necessário, tendo como consequência o atraso no desenvolvimento da infra-estrutura.

A agência forte deve se caracterizar por um corpo estável de funcionários, da mais alta competência, com remuneração de mercado, de forma que servir nela seja motivo de orgulho e reconhecimento profissional, e não cabide de emprego, ou falta de alternativa. Para isso as leis e regulamentos, já aprovados, devem ser implementados rapidamente, antes que seja tarde demais e toda a cultura e experiência acumulada desde a sua criação sejam dilapidadas, pois o unânime discurso de desenvolver o País em ritmo mais compatível com o resto do mundo não nos permite o luxo de reiniciar este processo de recriação da Anatel.

Entretanto, não adianta competência e regras estáveis se não houver dinheiro. O governo de turno não pode controlar o funcionamento e as decisões das agências contingenciando seu orçamento, asfixiando seu desempenho sob a justificativa do ajuste fiscal. O desperdício é tão grande em áreas de utilidade duvidosa que esquecemos que a origem das privatizações e do modelo aqui em discussão é a inerente incapacidade do governo de tocar projetos de longa duração e maturação. Deve-se deixar na mão da iniciativa privada aquelas atividades que têm retorno e que podem atrair o capital privado, concentrando a atividade e os investimentos do governo na saúde, segurança e educação.

O que deveria estar em pauta é a melhoria do modelo, não seu desmonte. A ofensiva do atual governo no sentido de retroceder a uma situação em que toda e qualquer decisão e ação dependiam diretamente da vontade política do momento é que gera esta acirrada defesa do modelo em vigor, quando deveríamos estar discutindo o seu aprimoramento. A falta de pessoal e recursos financeiros, mesmo que assegurados em lei e previstos no orçamento, fizeram com que a atuação da Anatel fosse alvo de críticas nos últimos anos, e poucos estão satisfeitos com seu desempenho. Não nos iludamos, pois a mudança de modelo será ainda pior.

A agenda de trabalho para aprimorar o modelo deve buscar fortalecer o marco regulatório que contemple a evolução tecnológica e os serviços, sem tentar inutilmente frear a realidade da tecnologia e dos negócios. Está mais que demonstrado pela realidade dos fatos que a demora da Anatel em regulamentar cria oportunidades para os prestadores de serviços contornarem eventuais futuras restrições. A agilidade na formulação das políticas públicas pelo governo e da agência na formulação e aplicação dos regulamentos tem que ser compatível com a rapidez de evolução no setor em que a agência está atuando. Telecomunicações e informática têm uma velocidade de evolução tecnológica e mutação para o ambiente de negócios diferente das ferrovias e do setor de energia. Seis meses são um lapso de tempo muito grande para o nosso setor.

Deve incluir também uma reavaliação do processo de consultas e audiências públicas com vistas a uma maior participação da sociedade, de modo que o resultado destas audiências e consultas resulte na incorporação nos documentos finais da opinião da sociedade e do setor, evitando que a Anatel adote uma postura onipresente e onisciente.

O marco regulatório deve também contemplar a inovação e tecnologia como fonte de geração de empregos e de receitas com exportação. Se num primeiro momento, em função da necessidade de privilegiar o rápido desenvolvimento do setor não houve a preocupação com a formulação de políticas de desenvolvimento tecnológico de longo prazo, é claro que neste novo momento é importante dar atenção a este tema, para tentar mudar o nosso papel de produtor de matérias-primas e participar da geração de tecnologia, passando a ter um conteúdo de maior valor agregado na nossa pauta de exportação.

Antes tarde do que nunca!

TELETIME 94, NOVEMBRO DE 2006

A portabilidade numérica com a consulta pública de número 61 volta à baila e desta vez com a firme intenção de que a regulamentação seja implementada com a mais ampla interação com a sociedade, permitida pelas audiências públicas itinerantes e com uma análise detalhada pela Anatel das múltiplas contribuições recebidas. É uma boa oportunidade, num tema que gera grande controvérsia para que a Anatel revitalize o processo interativo, demonstrando à sociedade que a consulta pública e a análise das contribuições não é apenas “para inglês ver”.

Essa é a percepção que temos detectado no mercado, gerando uma desconfiança de que a Anatel não está comprometida com o debate, mas que tem uma posição monolítica e não estaria disposta a acatar sugestões vindas com as contribuições à consulta pública.

A resistência das operadoras que não têm interesse em facilitar a perda de clientes retardou em alguns anos a implantação da portabilidade numérica no Brasil. É fato que nas discussões que se seguirão no GIP (Grupo de Implantação da Portabilidade), do qual as operadoras fixas e móveis farão parte, tentarão protelar ao máximo a sua implantação, e é natural que assim procedam por estarem defendendo sua base de assinantes.

A boa notícia é que com esse atraso a tecnologia está mais madura e a implantação poderá ser feita com menor impacto em toda a rede sem necessidade de modificar todas as centrais, com um custo possivelmente menor do que alguns anos atrás.

O modelo adotado pela Anatel é o mais apropriado para o Brasil e se baseia em um banco de dados centralizado - a Base de Dados Nacional de Referência da Portabilidade (BDR) -, que contém as informações necessárias à execução da portabilidade, gerenciada pela entidade administradora. A entidade administradora é uma pessoa jurídica independente e de neutralidade comprovada, sem vínculo de controle com prestadora de serviços de telecomunicações de interesse coletivo. Um dos pontos chave em debate é o cronograma de implantação proposto pela Anatel na consulta pública: 18 meses, incluindo toda a fase de testes e validação, parece apertado.

Quem paga a conta

Portabilidade numérica é um serviço que não interessa, em princípio, às operadoras incumbents, que são as que mais têm a perder em

termos de base de clientes. Não há uma expectativa ou pesquisas indicando qual a reação do mercado quanto à sua adoção. As operadoras vêem a portabilidade como retorno negativo, pois facilitará a saída de clientes, não tendo as operadoras como justificar o investimento necessário para a sua implantação.

Nos Estados Unidos, foi instituída uma taxa, decrescente ano a ano, cobrada de todos os assinantes para criar um fundo para remunerar as empresas para esse investimento, enquanto as pessoas que optam pela portabilidade são tarifadas como qualquer outro serviço. Tal alternativa não serve para o Brasil, pois seria mais uma contribuição ou fundo que acabaria no caixa comum do Tesouro para ajudar a atingir o superávit primário, ignorando o objetivo específico para o qual foi criado.

A portabilidade numérica deveria ser um serviço pago pelos usuários e com sua infra-estrutura básica financiada com recursos da universalização, caso específico do Fundo para Universalização das Telecomunicações (Fust).

A questão associada é se a portabilidade numérica terá ampla adesão ou se será um serviço de interesse apenas para os clientes corporativos. Se for relevante para o fomento da competição e da universalização dos serviços poderá então se habilitar ao uso do Fust. Assim quem paga a conta? Como parte do problema está a remuneração da entidade que administrará o BDR. Deve ser uma privada, para evitar a apropriação de seu orçamento pelo governo. Havendo uma taxa de serviço cobrada dos assinantes migrados poderá ser canalizada parcialmente para esta entidade, para cobrir seus custos e remunerar o investimento.

A incerteza sobre como será a adesão a esse serviço pode levar a uma falha total, principalmente se a divulgação e o marketing ficarem restritos às operadoras afetadas. No caso das teles fixas, a possibilidade de adotar a portabilidade geográfica - permitindo que o cliente mantenha seu número telefônico mesmo quando mudar de cidade, ou de endereço dentro do mesmo código de acesso - tem um apelo interessante de marketing, quando as operadoras fixas estão ameaçadas pelos operadores de VoIP.

Ao mesmo tempo, o atraso na sua implantação, que estará em plena disponibilidade apenas em 2009, pode ser totalmente inútil com a rápida adoção da VoIP para o qual o nomadismo é inerente, e disponível pela rede IP sem grande complexidade ou investimentos.

Um grande esforço foi feito para preparar as contribuições, e a colaboração dos interessados é essencial para o sucesso do trabalho do GIP, que para ser eficaz deve contar com a participação de todos os setores envolvidos.

Inclusão digital, assunto de Estado

TELETIME 106, DEZEMBRO DE 2007

A questão da inclusão digital em um País nas dimensões do Brasil e com os desníveis sociais e econômicos aqui existentes é uma questão de Estado. Nunca é demais repetir que o desenvolvimento do País está intimamente associado ao desenvolvimento da infra-estrutura. A banda larga é parte dela permitindo o acesso generalizado da população, independente de onde esteja, trazendo proximidade e familiaridade com o mundo do conhecimento. A inclusão digital permitida pela banda larga é o divisor digital, ou seja, a diferença entre a oportunidade de participar e de contribuir com o mundo do conhecimento, passando a integrar o rol dos países desenvolvidos não só pelas suas abundantes riquezas em matérias primas mas com o desenvolvimento global.

A inclusão digital foi inicialmente entendida como levar computadores às escolas e em seguida pela oferta de acesso à internet nas escolas brasileiras. Neste contexto se enquadra o projeto Gesac, que há vários anos vem investindo na implantação de acessos para as escolas, primariamente usando tecnologia de satélite e atingindo mais de 20 mil escolas, uma parcela pequena do total. Outros programas conseguiram implantar computadores mas com resultados limitados quanto à qualidade do trabalho educacional. Computadores que ficam na caixa, ou por falta de conhecimento dos professores quanto à sua utilização ou por falta de informação de como inserir estas novas tecnologias no currículo escolar, colocam em dúvida a eficácia destes programas. Reitero que inclusão digital é uma questão de Estado, e é com pesar que vemos muitas iniciativas isoladas em diferentes áreas de competência do governo onde não se percebe uma coordenação eficaz para que estas ações levem a resultados efetivos e duradouros. A inclusão digital é muito mais do que dar apenas acesso. É transpor o divisor digital.

São muitos órgãos do governo tratando do mesmo tema com precária ou nenhuma coordenação e objetivos pulverizados. O objetivo da inclusão digital não é o acesso, pois para isso já existem vários modelos e formas de financiamento. Viabilizar a transposição do divisor digital é que é a tarefa mais difícil: ensinar o uso da internet e direcioná-lo como instrumento educacional e de cidadania. Com a popularização da banda larga será necessário colocar esta nova realidade à serviço da educação, ao desenvolvimento pessoal e econômico das comunidades e estímulo de negócios virtuais e outras iniciativas. É fundamental se

preocupar com os conteúdos: não adianta colocar internet nas escolas e os alunos usarem apenas para jogos ou acesso ao Orkut e blogs. A utilização extensiva da educação à distância é uma maneira de formar professores e oferecer aos alunos conhecimentos especializados não usuais na sua comunidade.

Um plano integrado e gerido de forma coordenada é essencial, e tem sido uma falha gritante da administração pública. A Coreia é um exemplo de capacidade de planejamento e execução de um plano de inclusão digital de longo prazo, e ressalvadas as diferenças de regime político, ele foi um dos grandes responsáveis pelo desenvolvimento daquele país nas últimas décadas.

Sem um planejamento integrado ficamos buscando as alternativas de levar banda larga a todos os municípios brasileiros, muitas com o mesmo objetivo, sem uma visão estratégica segura. Começa pela questão de tecnologia, onde se coloca como obrigação das operadoras com licença de 3G a universalização da banda larga nos municípios brasileiros em três anos. Em paralelo temos a promessa das licenças de WiMAX com a mesma finalidade e, mais recentemente, estamos em vias de criar uma estatal de banda larga usando infra-estruturas falidas ou extintas para esta finalidade. Ao mesmo tempo discute-se modelos para viabilizar os serviços de banda larga para o governo eletrônico nos mesmos municípios, cobrindo além das escolas os serviços aos cidadãos.

Já há um consenso que o governo não tem capacidade para gerir com qualidade e eficiência a prestação de serviços. Na área de telecomunicações, a privatização permitiu o crescimento dos serviços acompanhando a demanda sem se transformar em um gargalo, como é o caso de outros setores como energia e transportes.

Ressuscitar uma estatal para um serviço de acesso de banda larga seria um tremendo retrocesso. Deveríamos discutir em profundidade o modelo de parceria público-privada (PPP) que permitisse que a iniciativa privada se ocupasse deste serviço, colocando a infra-estrutura pública existente a serviço desta parceria, como parte do investimento do Estado. Os governos estaduais, municipais e federais devem pagar pelos serviços, e sempre que possível colocar infra-estruturas à disposição do empreendimento com redução gradual à medida da adesão de assinantes privados ou empresas.

Rapidamente podemos convergir o modelo, ampliando a responsabilidade da iniciativa privada inclusive para a questão de conteúdos, enquanto o Estado se preocupa com a questão mais ampla de transpor o divisor digital e criar um novo patamar para o desenvolvimento.

Banda larga e reserva de espectro

TELETIME 119, MARÇO DE 2009

Em 2008, a questão que se discutia era se a universalização da banda larga viria pela utilização do WiMax ou se seria pela utilização das redes móveis com a tecnologia 4G. Enquanto a implantação do WiMax continua paralisada por indecisão, ou protelação, da Anatel e Minicom, a cobertura celular em 3G HSDPA se expande rapidamente. A questão continua prioritária e sem definição regulatória, tanto no que diz respeito a novos leilões na faixa de 3,5 GHz quanto na liberação para uso em banda larga da faixa do MMDS, presente em algumas localidades e em uso pelas operadoras de TV por assinatura, que pleiteiam sua liberação para outros serviços, já que a tecnologia é disponível.

O espectro de frequências é um bem escasso, e como tal deve ser tratado com todo cuidado e atenção, e neste aspecto devemos elogiar a responsabilidade com que a Anatel vem abordando este assunto. Vale questionar a demora em uma definição, fazendo com que a janela de oportunidade do uso de uma tecnologia, no caso o WiMax, fique comprometida, sacrificando a oferta de serviços de banda larga de forma mais ampla, tanto pela suspensão indefinida dos leilões, quanto pela não liberação de equipamentos para uso na faixa do MMDS. Em ambos os casos, pode mais parecer uma ação protelatória do que um estudo mais aprofundado.

Enquanto o WiMax tem uma normatização já madura e as faixas de 3,5 GHz e 2,5 GHz bastante bem definidas e adotadas na maior parte dos países, o LTE está bastante indefinido, sendo que vários países estão reservando a faixa de 700 MHz, outros a faixa de 3,5 GHz, e outros ainda a faixa de 2,2 GHz o que aumentará a questão de compatibilidade dos terminais e da interoperabilidade entre sistemas móveis de 3G, GSM e LTE que ao menos no início coexistirão.

Por outro lado, a velocidade com que a evolução tecnológica está transpondo barreiras levanta um questionamento sobre esta preocupação excessiva em reservar faixas para serviços que eventualmente nunca delas venham a precisar, pois soluções da própria tecnologia de acesso acabam criando mecanismos de uso mais eficiente do espectro, que torna este recurso tão escasso algo disponível e abundante. É o caso de antenas inteligentes, rádios controlados por software e interfaces que melhoram a eficiência e reduzem a demanda por banda para o mesmo resultado.

Em Barcelona em 2008, WiMax estava em evidência e até aparecia como eventual candidato para vir a ser adotado como a tecnologia que seria a evolução 4G das tecnologias móveis. Nos debates houve um apelo dos executivos das principais operadoras para um esforço dos órgãos normativos para que houvesse uma convergência de especificações entre o WiMax e LTE. Em 2009 o que vimos foi o palco armado para a consagração do LTE como o próximo passo de evolução das redes móveis, com o anúncio da adoção do FDD/TDD pelo LTE. No que se refere à rede de acesso, foi o tema para as conferências, esteve em exibição nos estandes de todos os grandes fabricantes, e também foi alvo de anúncios de trials em algumas operadoras. Pouco espaço acabou tendo o WiMax, apesar dos bons resultados técnicos obtidos pela Clearwire nos Estados Unidos. Praticamente, para efeitos de 4G, foi sepultada a esperança de uso do WiMax.

É digna de nota a evolução do HSPA, que na sua especificação implementada na maior parte de redes 3G do mundo tem como referência uma velocidade de downlink de 14,4 Mbps, e que teve apresentado em Barcelona um plano de evolução que parte já em fevereiro de 2009 com uma versão em 21 Mbps, o HSPA+, em implantação na Telstra, e com um roadmap que chegará a 84 Mbps em 2010. Ora, o LTE se propõe a oferecer 128 Mbps de banda em 2012, para o que necessitará de novas faixas de frequência e uma banda maior que a utilizada pelo HSPA em 3G hoje em dia. Isso levará a novas questões de interoperabilidade de terminais, múltiplas faixas de frequências ao redor do mundo, colocando em xeque a questão de escala global tão bem resolvida pelo GSM. Por outro lado o HSPA cresce em capacidade de vazão de dados, sem aumento de banda e sem uma necessidade de mudança de faixa, e com os problemas de compatibilidade de terminais já resolvidos.

Por outro lado ainda, não podemos deixar de apreciar que a visão que se busca hoje, nominalmente através do LTE, no esforço promovido pela NGMN Alliance (Aliança pela Nova Geração de Redes Móveis), formada pelos maiores operadores e apoiada pelos fornecedores, busca viabilizar um conceito não só de rede de acesso, mas também de arquitetura de rede e viabilizar o ecossistema associado à indústria de comunicações móveis, viabilizando uma solução que seria para as próximas décadas e não apenas mais velocidade de download de dados.

Esta possibilidade de evolução nos leva a questionar o que seria a banda larga desejável de ser ofertada nos sistemas móveis, e também coloca uma dúvida razoável se a arquitetura LTE, que só estará disponível em 2012, não será abandonada pela realidade de uma solução HSPA mais rápida e disponível sem necessidade de adquirir novas faixas de frequência em caros leilões. Neste caso, será que reservar faixas inteiras de espectro escasso e retardar a implantação da banda larga usando tecnologias já disponíveis é a coisa certa a ser feita? Com esta decisão estaremos privilegiando o interesse do consumidor ou de alguns poucos?

Uma nova banda larga

TELETIME 125, SETEMBRO DE 2009

A discussão sobre universalização não é nova. Nos contratos de privatização, era obrigação das concessionárias a universalização da telefonia. Esqueceram o detalhe de que esta universalização não era apenas dar acesso à telefonia, mas que os indivíduos deveriam ter meios para pagar pelo serviço. O resultado apurado é que, embora a rede de acesso tenha sido construída de acordo com os preceitos da obrigação de universalização, o objetivo final, que era dar este direito ao cidadão, ficou capenga. Não chegou a haver uma proposta tarifária ou de subsídios que viabilizasse o modelo. O assunto caiu no esquecimento pois, com o advento da telefonia celular na modalidade de pré-pago, ocorreu a universalização de fato, sem regulamentação, modelo ou sequer ação premeditada do governo.

Há mais ou menos dez anos se reconheceu a importância do divisor digital como marco que permitiria a mudança da realidade e do papel de um país como o Brasil. O acesso à informação e a facilidade de se trabalhar de qualquer lugar criam uma possibilidade de democratização e redistribuição de riquezas muito desejada. Com maior acesso à informação, se poderia até melhorar a qualidade das nossas eleições, com votos mais conscientes e maior cobrança sobre os eleitos, com um resultado final melhor.

Há pelo menos seis anos se discute como estender o acesso à Internet para todo o país, o que mostra uma unanimidade sobre a importância do tema. Porém, cada área do governo tem seu plano ou sua estratégia, e é pena que muitas vezes não sejam alinhadas entre si. Falta uma visão de conjunto que nos leve ao resultado almejado de crescimento do país e de qualidade de vida dos cidadãos, traduzida inclusive com a maior participação de todos no desenvolvimento econômico.

É necessária uma infraestrutura que permita o acesso universal à banda larga. A Carta do Guarujá mostra o interesse e compromisso de participar deste esforço pela iniciativa privada e pelos operadores aqui estabelecidos, independente das tecnologias utilizadas. Porém, quando nos deparamos com pelo menos três iniciativas para prover uma rede de banda larga de âmbito nacional, a coisa começa a ficar complicada, e o conflito de orientações pode ser fatal. A tendência de reviver as empresas estatais parece ser do interesse deste governo. A Telebrás, juntamente com a massa falida da Eletronet, seriam reativadas para algo de utilidade questionável. Seguramente existe hoje capacidade econômica, técnica e gerencial para atender os mesmos objetivos dentro do modelo bem sucedido adotado no país há mais de dez anos.

A capacidade do Estado de gerenciar e investir nesta área é discutível e totalmente desnecessária. A liberação da rede elétrica para prover acesso banda larga com PLC, por sua vez, é outra forma que, dependendo do marco regulatório, pode estimular a competição, desde que não se utilizem mecanismos pouco claros de subsídios cruzados.

Por último, há ainda o plano de cidades digitais, que pretende garantir que os municípios usufruam de serviços digitais e ofertem acesso digital a seus cidadãos sem pagar por isto. Este conjunto de iniciativas, ideias e projetos tem que ser alinhavado e tratado como um todo para a elaboração de um plano nacional de universalização de banda larga, preconizado na Carta do Guarujá.

Assim, a discussão de infraestrutura já está bem recheada, podendo ser acrescida a questão do tratamento tributário do acesso de banda larga. E é essencial o tratamento isonômico entre estas diferentes iniciativas para que o jogo seja justo. O dinheiro público das prefeituras deve ser usado em benefício de seus cidadãos, e é uma oportunidade importante de financiamento deste esforço, não podendo ser tratado apenas como espasmo eleitoral.

A realidade é que juntando todos os recursos e iniciativas de gerar esta infraestrutura não faltarão recursos, e um plano desta natureza poderá estar em andamento e com seu funcionamento garantido num prazo muito curto. Afinal, temos muita experiência no Brasil e sabemos que não basta construir uma rede. É preciso operá-la e garantir sua evolução, coisa que a iniciativa privada tem mais liberdade para fazer pois, se o Estado consegue recursos para construir, na maioria das vezes não consegue garantir orçamento para operar, manter e atualizar uma rede desta magnitude e importância. Em se tratando do nosso futuro digital, atualização e acompanhamento das tendências da tecnologia é fundamental, o que requer agilidade, característica inexistente na gestão estatal.

Muito mais se poderia falar sobre a infraestrutura e os caminhos a serem seguidos. Porém, o plano não deve se restringir à criação da rede. A questão dos conteúdos que serão distribuídos, a formação de professores e instrutores, a participação integrada e coesa dos setores que serão beneficiados por esta plataforma é vital para o sucesso de um plano nacional. Quando os governos estaduais e municipais compreenderem a importância da banda larga para o seu desenvolvimento e aumento de sua arrecadação, com estímulo às outras atividades econômicas, verão o serviço como um meio essencial e concordarão com um tratamento tributário discreto, ajudando a viabilizar o plano, em vez de manterem uma visão meramente arrecadadora.

Esta proposta de plano nacional de banda larga deve incorporar conteúdos e mais setores usuários para permitir um andamento dentro de uma visão coesa. Resta como pergunta: por que não tratar do assunto dentro da Conferência Nacional de Comunicação (Confecom)? Ou melhor: como a iniciativa privada espera ter uma participação efetiva neste processo com o baixo nível de diálogo existente para a preparação da conferência? São questões a se pensar.

Benefícios de uma política industrial para o Brasil

TELETIME 136, SETEMBRO DE 2010

O setor de telecomunicações corresponde a cerca de 7% do PIB brasileiro. É também o maior pagador individual de impostos aos estados da União. Só estes dois fatores já justificam que houvesse uma preocupação de se criar uma política tecnológica e industrial que utilizasse esta massa econômica para alavancar outros aspectos da cadeia produtiva do setor. Uma política voltada ao desenvolvimento tecnológico e a uma atividade industrial que gerasse empregos de alto valor agregado e pudesse garantir o equilíbrio das contas externas no longo prazo, e que fosse abrangente a todas as necessidades e contas do setor.

O tamanho do nosso mercado permite que tenhamos a ambição de sermos um pólo gerador de tecnologia e aplicativos para telecomunicações, e não apenas meros seguidores, como um mercado consumidor para desovar produção e produtos de outros mercados. Mas esta ambição requer um planejamento de longo prazo, com coordenação muito intensa entre diferentes ministérios, e não políticas casuísticas e de curto prazo, muitas vezes feitas para atender interesses específicos. É preciso um projeto de governo com vistas a um país maior e melhor daqui a dez ou vinte anos.

Quando se fala em política industrial em telecomunicações, a tendência é sempre se fazer uma referência a equipamentos. Só que o perfil da indústria de equipamentos de telecomunicações mudou drasticamente nos últimos quinze anos, transformando-se em subconjuntos de componentes com alta densidade, muito software e uma linha de montagem e testes altamente automatizadas, requerendo pouca mão de obra para fazer quantidades muito maiores de equipamentos. Assim o conceito de montagem associado aos planos produtivos básicos da indústria de informática está totalmente ultrapassado como forma de gerar emprego e manter o equilíbrio da balança de pagamentos.

Para uma análise correta desta questão, deveríamos torná-la mais abrangente, incluindo além de equipamentos, serviços, sistemas e software, que hoje têm um peso muito significativo nas contas do setor, pois só assim poderemos buscar um equilíbrio efetivo das contas. Por outro lado, não é possível falar em política industrial sem uma política para o desenvolvimento tecnológico, sem a qual a atividade industrial é apenas a montagem de componentes importados com pequeno valor agregado. E uma política industrial com alto valor agregado deve vir

associada a uma política de desenvolvimento tecnológico para o setor em sistemas, softwares e serviços.

Em tempos passados, utilizavam-se como instrumento de política industrial as barreiras tarifárias, que tinham como principal objetivo o equilíbrio das contas externas através do controle de importações. Tais métodos não são mais aplicáveis em um tempo de globalização, em que os produtos são cada vez mais comoditizados, equivalentes e podem ser produzidos em fábricas globais localizadas estrategicamente nos diferentes blocos continentais, valendo-se das vantagens tarifárias regionais e de mão de obra mais barata. Soluções casuísticas temporárias têm eficiência temporária e não de longo prazo, como estamos preconizando.

O nosso mercado é sem dúvida nosso melhor aliado para gerar a demanda que justifique investimentos. Ao mesmo tempo, este mesmo mercado é um grande atrativo para as importações, já que o custo Brasil é muito alto, o que torna os produtos produzidos aqui na maioria das vezes pouco competitivos em relação aos importados, quer seja pela alta carga tributária (entrando nesta conta tanto os custos trabalhistas que incidem sobre a mão de obra como aqueles sobre produtos aqui fabricados ou nos insumos importados necessários), ou ainda a maior competitividade de produtos feitos em fábricas globais para o mercado global.

Ou seja, o custo Brasil é alto e fabricar aqui já não faz tanta diferença para o mercado, afetando apenas o equilíbrio da balança de pagamentos. O poder de compra das operadoras controladas pelo governo direta ou indiretamente, já que o dinheiro público está sendo usado para viabilizar sua própria existência, deveria ser utilizado também para favorecer a indústria e a tecnologia aqui desenvolvida. Não há nada de errado nisso, lembrando que as operadoras controladas por empresas estrangeiras tomam suas decisões no exterior usando seu poder de compra global, visando apenas à redução de seus custos e ao interesse de seus acionistas.

Um planejamento integrado tem que contemplar também as definições regulatórias, pois a demora nestas definições acaba esvaziando as oportunidades de exportação regionais e mesmo de desenvolvimento tecnológico de vanguarda, praticamente selando a nossa condição de seguidores, perdendo a condição de pioneiros para o Chile e México na região. Este efeito impactou as exportações de terminais 3G, pois ficamos com o cronograma atrasado em relação à região; no WiMax, várias empresas que tinham planos para investir na tecnologia acabaram retardando os investimentos pela falta de definição regulatória no Brasil, perdendo espaço no cenário regional, além de outros exemplos.

Outro aspecto fundamental para viabilizar a indústria e o desenvolvimento tecnológico é um melhor planejamento plurianual das operadoras, pois hoje vivemos planos de investimento de afogadilho, ficando as operadoras meses, se não for anos, estudando o que fazer. E ao de-

cidirem, as implantações têm que ocorrer tão rapidamente que não se viabiliza sequer a fabricação ou montagem local.

Embora o primeiro indicador da necessidade de uma política industrial seja o desequilíbrio da balança comercial do setor, se acrescentadas as contas de software e sistemas, serviços, dividendos e royalties, o cenário ficaria bem pior. Mas como o Brasil hoje tem excesso de reservas acumuladas e um fluxo de capitais positivo, cuidados em um pequeno desequilíbrio numa área industrial específica podem soar desnecessários. Mas a verdade é que a necessidade de um planejamento integrado para o setor de telecomunicações tem a ver com o papel de liderança regional e mesmo mundial que o Brasil quer desempenhar nos próximos dez ou vinte anos.

Reflexões sobre inovação

TELETIME 144, JUNHO DE 2011

Para que o País passe a ter relevância em setores tecnológicos complexos e com uma rápida evolução como são os setores de telecomunicações e informática, é preciso atacar uma série de fatores. Muito alentadora a iniciativa da Anatel de gerar um regulamento para estímulo da inovação, pesquisa e desenvolvimento para as telecomunicações. Sabe-se que outros setores também estão em busca de um caminho, como no caso da Aneel, que já tem um regulamento com este teor para o setor elétrico.

O seminário organizado pela Anatel e pelo IPEA em maio para discutir o tema teve ampla participação de concessionárias e operadoras de outros serviços, várias áreas do governo, ministérios, indústria, fundações e centros de pesquisa.

A motivação imediata para esta movimentação se deve à constatação do crescente déficit da balança comercial setorial, que já inquieta o governo. Vale lembrar que qualquer impacto na balança comercial resultante de um esforço de pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I) leva alguns anos. Assim, não devemos incorrer no engano de associar os dois temas no curto prazo, e tender por isso a optar por soluções de curto prazo que possam não ter um efeito duradouro para o País em termos de pesquisa e desenvolvimento.

Fundos, taxas e impostos específicos para financiar desenvolvimento de tecnologias são muitos. Em particular, temos no setor o Funttel, que foi estabelecido na Lei Geral de Telecomunicações, além dos incentivos da Lei de Informática, que também deveriam resultar em desenvolvimento e investimentos em tecnologia. Cabe fazer uma análise dos resultados do dinheiro investido através destes mecanismos como dado de entrada na avaliação da eficácia das medidas que já foram adotadas nos últimos anos. É essa análise que nos levará a corrigir eventuais distorções e reforçar os acertos.

Fiquei agradavelmente surpreso com os vários programas de inovação instituídos pelas concessionárias. É claro que eles estão direcionados aos objetivos e necessidades das empresas, sem que isto diminua seu mérito e validade.

Numa coisa há certamente consenso: não dá para fazer tudo. Temos que ser seletivos e procurar nichos para concentrar os esforços para os quais se queira dar estímulos. Alguns cuidados devem ser tomados nessa escolha, tendo em vista o ciclo de vida das tecnologias e a capacidade de fazer com que os resultados sejam de uso global, não limitados às necessidades locais do mercado brasileiro. Outro aspecto relevante é o ciclo de P&D, uma vez que queremos nos aproveitar da demanda interna como fator para alavancar o uso do resultado do esforço em cada iniciativa. Assim, devemos

identificar as oportunidades que estejam disponíveis no momento certo de demanda do mercado global (time-to-market).

Outra questão polêmica é para onde canalizar os estímulos. Ninguém nega que uma estrutura perene de inovação deve contar com a capacidade de pesquisa das universidades. Entretanto, as nossas universidades não têm se destacado em gerar patentes e ideias que poderiam alimentar as indústrias, como na concepção de produtos que pudessem estar na linha de frente do desenvolvimento mundial. Por isso, mecanismos devem ser contemplados de forma a estimular a criatividade e iniciativas de pesquisadores, universidade e fundações de pesquisa públicas e privadas, mas com a preocupação de que não nos limitemos à pulverização das iniciativas sem gerar massa e resultados que tenham significado macroeconômico também. A política de estímulos deve também contemplar mecanismos para as iniciativas de maior envergadura, mais maduras e que podem inclusive exigir outras medidas complementares para viabilizar seu uso pelas empresas, com o reconhecimento deste uso como contribuição a este esforço.

De toda maneira, o esforço e estímulo de PD&I têm que ser contínuos e têm que olhar metas de longo prazo. O regulamento a ser proposto pela Anatel deve ser claro na definição do objetivo que queremos atingir e contemplar métricas adequadas de avaliação, para que possamos ter uma clara ideia se estamos caminhando na direção esperada. A preocupação imediata expressada no início do seminário Anatel/IPEA sobre pesquisa e desenvolvimento girava sobre o déficit da balança comercial setorial. Outros mecanismos, contudo, têm que ser discutidos, pois não basta a inovação e a tecnologia. Precisamos poder fabricar competitivamente no Brasil, e há vários casos de empresas multinacionais que poderiam tomar suas decisões de implantar fábricas para atendimento de mercados regionais ou globais no País, mas acabamos sendo descartados por aspectos tributários, legislação trabalhista e segurança jurídica. O mesmo acontece com centros de pesquisa, que acabam indo para outros países devido ao alto custo da mão-de-obra, considerando os custos trabalhistas incorporados.

Assim, volto a insistir, é louvável a iniciativa da Anatel e muito bem-vinda, mas deve ser acompanhada de outras medidas que permitam que esta inovação venha a se tornar uma atividade produtiva também.

Como reflexão, recorde-se de vários surtos de políticas de estímulo ao desenvolvimento de tecnologia para o setor vistos no Brasil que possivelmente foram adequadas na época, mas que não produziram suficientes efeitos duradouros. Tivemos algumas oportunidades, com a privatização, com o leilão do 3G e com a TV digital, de dar um salto aproveitando estas disrupções, mas não as aproveitamos. Smartphones, nuvem, PNBL e LTE são possíveis oportunidades, mas para o ciclo de inovação e P&D talvez já seja tarde, embora não seja tarde para incentivar a produção local.

O Brasil é, com certeza, competente em outras áreas e desponta no agro-negócio, mas a nossa reflexão deve nos levar muito cuidadosamente para qual o papel que podemos almejar para o Brasil em inovação, pesquisa e desenvolvimento nas áreas de telecomunicações e informática. Se definirmos corretamente os objetivos, temos uma boa chance de atingi-los.

Inovação: “puxadinho” não funciona

TELETIME 151, JANEIRO DE 2012

É uma prática corrente de governo no Brasil improvisar e tratar com medidas de curto prazo assuntos de relevância e seriedade. É o caso da inovação tecnológica, que é a base para o crescimento de áreas de maior valor agregado, que no longo prazo permitirão mudar o papel do Brasil de supridor de matérias primas e alimentos para o mundo, transformando-nos em um partícipe nas áreas que impulsionam as transformações do mundo moderno.

Relevante também, neste cenário, é ter em conta que o desenvolvimento e a inovação que geram emprego e participação no mercado global não estão relacionados necessariamente ao modelo industrial do século passado.

A mudança de posicionamento do Brasil requer uma ação consistente e de longo prazo que, sistematicamente, os sucessivos governos, independente de sua cor partidária, têm mostrado uma incapacidade de entregar. Não se vê planos de longo prazo que permitam que as gerações futuras colham seus frutos num país mais desenvolvido tecnologicamente, não apenas seguidor ou receptor de tecnologia, mas contribuindo ativamente para o desenvolvimento no mundo, com reflexos correspondentes no comércio internacional.

O Brasil é a quinta economia do mundo e tem um mercado interno importante, que pode e deve ser usado como moeda de troca como parte de formulação de uma política de desenvolvimento tecnológico e industrial.

O que não funciona são as tentativas esporádicas e extemporâneas, gerando ações pouco críveis e de execução duvidosa. Examinemos as exigências de desenvolvimento local incluídas na consulta pública da Anatel para o leilão de espectro de 2,5 GHz. Não há no Brasil, hoje, atividade estruturada de pesquisa e desenvolvimento relacionada ao LTE que possa levar a produtos com escala mundial num prazo razoável. O mercado de fornecedores de equipamento para redes LTE está limitado a cinco ou seis fabricantes com escala global. Alguns, ou mesmo todos, com fábricas locais que podem atender às demandas de PPB incluídas na referida consulta pública. Nenhum deles, contudo, tem hoje algum centro de desenvolvimento no Brasil. São projetos mundiais, pois na época em que foram decididos as condições de custos trabalhistas, disponibilidade de engenheiros, analistas, programadores e pesquisadores, nada disso era suficiente no Brasil, nem suportado pelas universidades locais. Ou seja, há alguns anos, quando algumas destas empresas decidiram concentrar seus esforços de desenvolvimento, não o direcionaram para o Brasil, pois aqui não havia uma política integrada que permitisse um desenvolvimento de longo prazo, incluindo ensino, pesquisa, estabilidade institucional. Países como a

Índia e China, e mesmo o México, levaram vantagem sobre o Brasil.

A sigla LTE quer dizer LongTermEvolution. É um processo que vem sendo conduzido pelo 3GPP há bem mais de cinco anos e passou por várias fases de versões e implementações, sendo que não houve participação de empresas brasileiras no processo, salvo a Brasil Telecom antes da fusão com a Oi.

Um dos elementos utilizados nas redes LTE são os rádios controlados por software (SDR), que foram apresentados inicialmente como protótipos há dois anos em Barcelona, e no ano passado já como produto, por vários fabricantes. É uma tecnologia acessível, porém intimamente ligada à arquitetura da rede de cada fabricante.

Não é de um dia para outro que vamos lograr resultados industriais comprovados para fazer com que estes produtos aqui desenvolvidos sejam adotados nas redes das operadoras com a qualidade e confiabilidade requeridas.

As exigências de desenvolvimento local, para serem cumpridas, deveriam ser transferidas para os fornecedores, pois os operadores tendem a contratar seus fornecedores em regime de turn-key na implantação das redes. Não há como controlar a origem dos produtos adquiridos. Ademais, a maior parte das empresas tem acionistas que se preocupam com o menor investimento, com o menor custo. O desenvolvimento nacional só faz sentido, nesse contexto, com alguma contrapartida ou incentivo.

Por outro lado, se o governo transferisse a responsabilidade das metas para os fabricantes, isso poderia ser feito por meio de um avanço no processo de PPB atual, que exige apenas montagem. Poderia ser exigido também desenvolvimento associado ao fornecimento específico, e não como é feito hoje, com exigência de investimentos em universidades e centros de pesquisa sem compromisso com o produto autorizado pelo PPB.

Medidas improvisadas acabam criando dificuldades para muitos e privilégios para poucos, certamente não favorecendo o desenvolvimento da inovação e da indústria no Brasil. No País, houve uma aposta de algumas indústrias no WiMAX, que infelizmente não teve apoio na sua implantação pelas autoridades regulatórias, mostrando a absoluta falta de um plano integrado. O fato da tecnologia de LTE ter o mesmo DNA do WiMAX pode nos induzir a reutilizar esforços já feitos nesta área. Gostaria de acreditar que isto será possível, como gostaria de acreditar que fizemos no WiMAX mais do que adquirir alguma tecnologia para montagem dos equipamentos.

Infelizmente, acreditar só não basta. É preciso muito trabalho e anos de pesquisa para termos efetivamente desenvolvimento nacional. Se a intenção é séria, estas exigências precisam ser muito mais qualificadas e inseridas num contexto mais amplo e menos pontual.

Acredito na necessidade de termos uma indústria nacional, centros de pesquisa e universidades atuantes. Acredito que puxadinhos para dar cobertura a interesses pontuais ou fazer média não levam a nada. Inovação e política industrial são coisas sérias e de longo prazo, com comprometimento. Não dá para improvisar com medidas limitadas, relevando impostos, ou com exigências de eficácia duvidosa como esta de desenvolvimento nacional sugerida pela consulta pública da Anatel.

Desonerar é uma distorção

TELETIME 166, JUNHO DE 2013

Recorrer a desonerações de qualquer tipo e por qualquer tempo é o reconhecimento da nossa incompetência em ajustar desacertos do nosso exagerado sistema tributário, que é apenas um dos vários gargalos que inviabiliza o desenvolvimento de nossa indústria e já afeta também o setor de serviços.

A desoneração tem efeito imediato apenas quando se trata de medida geral, como no caso da indústria automobilística, onde parte da redução de imposto é repassada rapidamente ou mesmo antecipadamente aos preços. Em setores econômicos mais complexos, como nas telecomunicações, as desonerações propostas são cirúrgicas e não terão impacto geral de estímulo à produção ou ao consumo.

A desoneração cirúrgica no setor cria uma demanda por mais burocracia nas empresas que buscam enquadramento e obtenção dos benefícios. Isso acarreta uma carga burocrática e um tempo de aprovação de projetos. Depois, na sua vigência, acarreta um custo de administração adicional à já pesada carga de tributos que temos. É até questionável se o custo de obtenção do benefício e sua administração compensam. A mesma pergunta se aplica à demanda adicional do trabalho gerado para a aprovação de projetos, que em geral envolvem alguns ministérios, e uma vez concedidos, na própria fiscalização dos benefícios. Assim, há um inevitável aumento de custo burocrático para empresas e governo. E o resultado pode não compensar a redução de custo eventualmente repassado ao produto final para estimular o consumo. O que estamos fazendo é aplicar métodos que levam a aumentar as ineficiências em detrimento do aumento de competitividade. Estamos apenas mascarando situações.

Cria-se uma distorção na cadeia produtiva. As soluções econômicas têm que ser homogêneas para que os estímulos se distribuam como reflexos duradouros na cadeia produtiva. Não adianta produzir carros sem estimular a indústria de autopeças, sem construir vias, estradas e estacionamento.

Outra questão relevante é a dependência de insumos importados, que gera uma excessiva sensibilidade de custos na nossa indústria com a variação cambial. Nas commodities, isso ajuda a exportação, mas nos produtos industrializados pode ter um efeito adverso para o mercado interno e possivelmente neutro nas exportações setoriais.

A solução é simplificar, e não criar mais mecanismos, projetos e entidades. O caminho da competitividade passa pela simplificação das

atividades, eliminação dos gargalos, diminuição da burocracia. Além de termos a maior carga tributária, temos o mais complexo sistema de arrecadação e cálculos de impostos e taxas do mundo. Um custo operacional para as empresas, seus prestadores de serviço e para a máquina governamental, que deve gerir e fiscalizar tal complexidade.

Em lugar de uma desoneração cirúrgica, deveria ser buscada uma pequena redução generalizada. Reduções progressivas, de 1%, ou mesmo frações, ou ainda a eliminação por completo de tributos de forma aplicável a toda a cadeia de produção, serviços e consumo, transferindo liquidez para todo o mercado, sem criar distorções artificiais e pontuais.

É necessário que se dê atenção ao setor de serviços, que já enfrenta pressões de competitividade. Já passamos a recorrer a desenvolvimento de software em outros países; nossos custos de mão de obra e impostos tornam proibitivos manter essas atividades no país. Não se trata apenas de educação ou disponibilidade de profissionais competentes. Trata-se de custos e produtividade, sempre associados e atrelados ao custo Brasil. É necessário inverter a tendência de adotar soluções improvisadas e de curto prazo.

est

estratégia

Esta sessão traz a análise sobre caminhos e decisões tomadas por empresas, países e reguladores, muitas vezes com uma visão crítica, mas contextualizada em uma perspectiva propositiva.

Uma ameaça a longo prazo?

TELETIME 12, SETEMBRO DE 1999

Após seis meses de intensa implantação do pré-pago no Brasil, uma conclusão evidente é que o serviço teve papel preponderante no impulso de vendas para quase todas as operadoras celulares que o adotaram.

Por que? Primeiramente, por descomplicar intensamente o processo de adesão dos usuários. Permitiu, assim, a ampliação dos canais de distribuição, com a inclusão dos grandes magazines e cadeias de varejo. Por outro lado, simplificou a linguagem publicitária e de comunicação, possibilitando uma massificação do interesse pelo produto, haja vista a bem sucedida campanha do “Baby”, da Telesp Celular.

Em segundo lugar, permitiu que pessoas sem qualificação de crédito ou que atuam na economia informal - e, portanto, precisam muito desse tipo de serviço - tivessem acesso à telefonia celular.

O pré-pago constitui-se, para as operadoras, num alívio imediato ante a crescente inadimplência no pagamento de contas, podendo, ao mesmo tempo, manter níveis de crescimento acelerados na base instalada.

Vale salientar o caso da ATL, que levou ao extremo a descomplicação do pré-pago: todo assinante não-corporativo entra no sistema como pré-pago, sendo sua conversão para pós-pago uma decisão posterior. A operadora tem cerca de 30% a 40% de sua base em pós-pago. Assim, vemos que no curto prazo o objetivo de adquirir assinantes foi atingido.

Porém, fica a pergunta de como resolver o problema de médio e longo prazo. O objetivo de uma operadora celular, como de qualquer outra que oferece serviços de telecomunicações, como TV por assinatura, entre outros, é aumentar a receita média por assinante, ou aumentar a conta média. No caso das operadoras celulares, isto pode ser obtido pela venda de tempo de comunicação (“airtime”) e serviços adicionais, cobrados posteriormente.

Outro aspecto importante é que o custo de aquisição de um novo usuário - que é representado pelos custos de marketing, vendas e subsídios associados ao terminal - é muito maior que o custo de manutenção, quando se trabalha pró-ativamente a migração (“churn”).

Temos no longo prazo dois problemas a resolver: conhecer o assinante e incentivá-lo a consumir serviços e tempo de comunicação.

Segundo analistas financeiros, o assinante é o verdadeiro ativo que uma operadora de telecomunicações possui. Se temos uma enorme massa de assinantes cujo cadastro não conhecemos, isto não

acrescenta grande valor à companhia. Prova evidente é a baixa receita média decorrente.

Suponho que não cabe no celular estabelecer uma relação de semelhança total com o setor de TV por assinatura, em que as tentativas de se lançar pacotes populares para as classes C e D não tiveram êxito, até agora. Creio que na telefonia celular estamos tratando não só com a classe C, porém, principalmente, com uma parte significativa da economia informal deste País. Estamos oferecendo um serviço essencial de telecomunicações, enquanto em TV por assinatura trata-se de uma oferta de opção de entretenimento.

Creio, portanto, que muito antes do que esperavam, os executivos das operadoras celulares terão que se dedicar a essa questão: Como rentabilizar essa massa de usuários pré-pagos que logo serão mais de 40% a 50% de sua base instalada? Transformando-os em pós-pago, evoluindo as plataformas de pré-pago para permitir ofertas maiores de serviços, pode ser uma saída. Porém, sempre restará a questão de como fazê-los utilizar os aparelhos não só para receber, mas também para falar. Em resumo, como cadastrar, conhecer e manter o cliente?

Enfim, uma derradeira indagação: Será que esta é uma questão a ser resolvida apenas por uma boa estratégia de marketing ou depende também de uma retomada do crescimento econômico, permitindo a aquisição de bens e serviços pela ampla camada da população e não apenas pelo topo da pirâmide social?

A nova equação dos negócios

TELETIME 20, MAIO DE 2000

Hoje em dia ninguém hesitaria ao responder a pergunta sobre qual o negócio das operadoras de telecomunicações: transporte de voz, cobrado à base da sua utilização, em função do tempo de utilização e distância entre os pontos conectados. Estes serviços correspondem a 95% da atividade e da receita, e os restantes 5% são de receitas provenientes de dados e acessos variados, inclusive Internet.

Com a liberalização dos serviços de telecomunicações, a massificação da oferta, com a conseqüente competição em todos os segmentos, representará a médio prazo a queda substancial das tarifas relacionados com o uso. Ao mesmo tempo, a demanda por serviços crescerá exponencialmente, porém as expectativas de manter altas receitas e margens com serviços relacionados estarão comprometidas.

Com o crescimento do uso da infra-estrutura de telecomunicações para dados e Internet, as operadoras estão no centro da cadeia de negócios que mais cresce no mundo moderno da assim chamada nova economia: o comércio eletrônico. Fala-se hoje em dezenas de bilhões de dólares circulando pelas redes de telecomunicações, enquanto as operadoras participam destas transações apenas com os poucos minutos de utilização de seus meios. Outro serviço que cresce é o de fornecimento de conteúdo, tanto para entretenimento quanto para informação, e novamente a participação das operadoras se limita ao tempo de uso de suas redes.

Nos dias atuais há limitações tecnológicas: as redes fixas têm que evoluir rumo à convergência, enquanto as redes móveis têm que incorporar a capacidade de transmitir dados, incorporando o WAP ou partindo para terceira geração de sistemas móveis (UMTS). Há também limitações regulatórias, uma vez que pelas concessões atuais, as operadoras fixas e móveis não podem cobrar serviços por conteúdo, ou seja, estão limitadas à cobrança de tempo de uso de suas redes, não podendo usar sua infra-estrutura e seu cadastro de assinantes para outros fins.

Resolvidos os problemas regulatórios, uma vez que os problemas tecnológicos já têm sua solução bastante clara no horizonte, como atestam as várias experiências piloto em curso, visualiza-se para um horizonte de 2003, com a liberalização dos serviços, e para 2005, com a maturidade da nova economia, um novo perfil para as operadoras de telecomunicações.

Serão companhias multisserviços, em escala nacional, não se limitando à telefonia fixa e móvel e dados, participando ativamente da cadeia de valor do comércio eletrônico, assim como da distribuição de conteúdos, através de alianças fortes com os ASPs, e mudando drasticamente seu perfil de receita. Um terço será do tráfego relacionado com o uso de sua rede para voz. Um terço para receita associada ao uso de sua infra-estrutura para tráfego de dados, em particular a Internet, e finalmente o outro terço para remuneração associada ao comércio eletrônico e conteúdo.

Além das soluções tecnológicas de rede e plataformas de dados sobre wireless e rede IP, deverá contar com sistemas de faturamento flexível que permitam uma cobrança mista baseada em tempo de uso, acesso e conteúdo/dados trafegados, assim como sistemas de pagamento aos múltiplos fornecedores de conteúdo e de produtos. Estas facilidades devem estar associadas a potentes sistemas de CRM que permitam dar o devido atendimento ao cliente.

As empresas que evoluírem para este perfil serão as que despontarão como líderes no mercado internacional de telecomunicações.

Como fazer de um limão uma limonada!

TELETIME 29, FEVEREIRO DE 2001

Neste mês ocorreram os leilões das bandas C e D para o Serviço Móvel Pessoal (SMP). E como já havíamos por várias vezes alertado nesta coluna não houve interesse pela banda C, e a banda D registrou como sucesso o simples fato de ter sido vendida. Houve poucos interessados. A previsão para a banda E não é mais otimista e possivelmente algumas das regiões serão vendidas pelo seu preço mínimo. O governo e a Anatel se manifestam com ufanismo. Afinal, mais importante é o processo, e não necessariamente o resultado alcançado. É uma questão de ótica, pois o copo pode estar meio cheio ou meio vazio, o que importa é a possibilidade de evidenciar a confiança dos investidores no Brasil e o afluxo de uma parcela de capital estrangeiro para financiar novos investimentos no País.

O desinteresse pela banda C pode ser atribuído a vários fatores, como a falta de disponibilidade de capitais para financiamento no mercado internacional neste momento, ou mais possivelmente a falta de atratividade das licenças ante a incerteza do processo de licenciamento da terceira geração de telefonia móvel, uma vez que a tecnologia associada a 2,5G pouco acrescentaria em termos de serviços e competitividade ao mercado. Ou seja, para o usuário de massa, não traria um diferencial sensível que justificasse sua migração a um novo operador.

Vale ressaltar que o mercado de massa demanda serviço mais barato, com terminais mais simples, enquanto o mercado de negócios, ou de classes A e B, que já estão atendidas, demandam serviços mais sofisticados, portanto requerendo terminais mais poderosos. Assim, acredito que uma das lições das etapas já vencidas neste processo deve ser uma revisão no objeto da banda C, criando um vínculo automático de migração para as futuras tecnologias de terceira geração, e não ficar insistindo em criar competitividade no mercado por meio de redução paulatina do preço mínimo, procrastinando uma decisão estratégica essencial.

Após o resultado dos leilões das bandas C e D já se pode tirar algumas conclusões sobre como fica o cenário brasileiro de telefonia móvel: a consolidação das comunicações móveis em dois grandes grupos; a megafusão da Telefônica com a Portugal Telecom; e a TIM (Telecom Italia Mobile) com uma grande vantagem estratégica de poder contar com uma cobertura quase nacional, que poderia ser facilmente completada com o próximo leilão da banda E.

Sobra ainda espaço para mais uma ou duas operadoras de âmbito

nacional, que poderiam resultar dos apetites de aquisição dos demais grupos aqui presentes e que não se interessaram pelo leilão do SMP. A recente investida da Telecom Americas na Tess é uma evidência de um interesse de maior participação no mercado brasileiro. E, por outro lado, deve-se levar em consideração a BellSouth, que é sempre uma promessa que poderia se materializar isoladamente ou em associação com a própria Telecom Americas.

Repete-se pois no Brasil o cenário de consolidação de algumas poucas operadoras com cobertura nacional ofertando os mesmos tipos de serviços em busca da preferência do cliente.

O leilão da banda D trouxe como resultado positivo, por outro lado, o reconhecimento para o trabalho de consolidação e estratégia desenvolvido ao longo de dois anos pela Telemar. De repente, de vilão, pela presença da BNDESPar e pela falta de um sócio operador estrangeiro estratégico, tendo que se apresentar sempre na defensiva, a Telemar aparece como a primeira empresa no Brasil capaz de oferecer a seus clientes todos tipos de serviços, ao agregar um dos que faltava, a telefonia móvel, uma vez que a telefonia nacional e internacional de longa distância será conseqüência da antecipação das metas com a Anatel, em data prevista, segundo dirigentes da incumbent, para outubro de 2001. A perspectiva é muito positiva e torna a Telemar um alvo de aquisição para novos players, ou mesmo para alguns já aqui instalados.

Não é com alegria que constatamos que ante os fatos ocorridos muitas indicações vistas com a ótica atual pareciam óbvias. Dentro da mesma linha de procurar antecipar o futuro e aproveitar as oportunidades que vimos preconizando nesta coluna, acreditamos que é o momento de transformar a situação criada com o leilão da banda C em uma real oportunidade de desenvolvimento para o País e atração de capitais e novos players internacionais de peso. A solução é simples, basta vincular um compromisso de futuro associado à terceira geração para podermos fazer deste limão uma limonada.

Quem ganha com a briga de tarifas?

TELETIME 35, AGOSTO DE 2001

Até onde vai esta batalha por mercado entre a Embratel e Intelig com a redução exagerada nas tarifas? O que acontecerá em setembro quando forem encerradas as promoções? Voltam as tarifas ao nível anterior, como se nada tivesse ocorrido, ou caem a um nível 40% mais baixo em relação ao anteriormente praticado como patamar de um mercado competitivo? Às vezes, dá a impressão de bravata ou mesmo de um jogo de truço, onde a cada lance o adversário se manifesta mais agressivamente.

Afinal, até onde a diferença de um centavo fará com que algum assinante chegue a optar pelo 23? Outro importante elemento dessa guerra, ofertado pela Intelig, refere-se às contas, tanto com o agrupamento de linhas na mesma fatura quanto com a cobrança conjunta com a operadora local. A Embratel, sem dúvida, é quem mais perde com essa batalha pelo tráfego para os Estados Unidos, Canadá, Reino Unido e Japão, pois é quem tem o maior market share. Além disso, o balanço da incumbent não está dos mais confortáveis.

Porém, como em todo jogo de truço, há um grande blefe por trás da cena. A estratégia que suporta essa guerra de tarifas é uma questão que não está claramente respondida. A Intelig, ostensivamente, está fazendo um gesto desesperado para tentar reverter os fracos resultados alcançados desde o seu lançamento. Apesar de uma maciça campanha publicitária para fixar o número 23, não conseguiu sequer emparelhar o jogo com a Ana Paula Arósio, o 21 da Embratel.

Tendo em vista o sistema de seleção de prestadora existente no Brasil - não disponível em muitos países -, resta saber como a Intelig fidelizará os assinantes temporários que estejam aderindo ao serviço barato oferecido. A espelho vinha indicando, segundo declarações recentes de seus executivos, que iria se concentrar no mercado corporativo. Consequentemente, esse surto de ação sobre o mercado de varejo surpreende a maioria dos analistas.

Uma queda significativa das tarifas era esperada para o ano que vem, com a entrada de novos players no mercado. A antecipação a que estamos assistindo poderá inclusive afugentar novos players para a longa distância internacional.

A alteração de uma situação estável de presença de mercado só ocorre com lances heterodoxos e criativos de marketing. Não visualizamos o alcance e os próximos passos da estratégia da Intelig. Se for limitada

a essa ação, será apenas uma clara tentativa de reafirmar seu compromisso de permanecer neste mercado. Se tiver outros trunfos na manga, poderá alterar sua participação no mercado para posições mais confortáveis. Neste caso, há algo preparado para a longa distância nacional?

Em outros países da América Latina, há um histórico da guerra de tarifas como estratégia para ganho de quota de mercado e o resultado final foi apenas a sobrevivência de uns poucos, ou a morte de quase todos. Foi o caso do Chile, onde comprometeu-se a saúde financeira dos sobreviventes e inclusive sua capacidade de investir e continuar melhorando os serviços.

Mesmo em mercados avançados como os Estados Unidos, o ganho de quota de mercado foi consequência sempre de estratégias pontuais de marketing extremamente inovadoras, como o plano Friends and family introduzido inicialmente pela MCI (controladora da Embratel) e que depois foi copiado pelas demais operadoras.

Em matéria desta revista no mês passado, ilustramos dados sobre a dificuldade de ganho de market share para as empresas entrantes. Em questão, a própria validade dos modelos de competição praticados pela maioria dos órgãos reguladores nos diferentes continentes e países ao longo da década de 90.

Os clamores por uma revisão do modelo de competição são válidos e urgentes. O insucesso dos modelos atuais deveria servir de alerta para outros países que estão entrando no processo de liberalização das telecomunicações agora.

O objetivo dos países ao extinguir os monopólios e promover a desregulamentação e a competição era melhorar a qualidade dos serviços; estimular a universalização dos serviços através de investimentos da iniciativa privada - sem as limitações das contas públicas; e reduzir as tarifas para permitir maior acesso aos serviços e conseqüentemente aumentar o tráfego.

Com a introdução de um número excessivo de competidores e o insucesso das medidas propostas para permitir a competição com as incumbents, sobra apenas a guerra de tarifas como solução - às vezes, desesperada - e que tem como resultado apenas a desestabilização do modelo, e não sua consolidação.

Exportação requer planejamento

TELETIME 36, SETEMBRO DE 2001

A exportação de produtos eletrônicos, que têm um grande índice de componentes importados, é um tema de preocupação não só setorial, mas nacional. A balança comercial brasileira anda de lado todo este ano de 2001, sem passar claramente para positiva, em busca de metas de superávit arbitradas pelo governo.

O setor de telecomunicações é um claro ofensor, pois é eminentemente importador, dependendo de insumos importados para a montagem de produtos de última geração requeridos para atender as necessidades do mercado em todas as aplicações de telefonia fixa, móvel, dados e Internet.

A globalização dos meios de comunicação e da economia faz com que as novidades tecnológicas mostradas nos mercados europeu e norte-americano sejam colocadas muito rapidamente no mercado brasileiro, não dando tempo a uma pesquisa e desenvolvimento local, resultando na necessidade de importações contínuas.

Como não temos produção de componentes, sobra como atividade local a simples montagem de equipamentos sem significativo valor agregado, que basta para agradar as estatísticas oficiais sem resolver o problema de fundo: desenvolvimento auto-sustentável com geração de empregos e crescimento econômico.

O Brasil é um país que exporta produtos primários, ou equipamentos industrializados com baixo valor agregado, exceção à Embraer, que conseguiu se estabelecer num nicho especializado de mercado e mostrou competência técnica e comercial.

Países como o Chile optaram por uma estratégia de exportação de produtos agrícolas em substituição à de produtos primários e conseguiu com isto equilibrar sua balança comercial e um invejável crescimento econômico na última década. Outros países da América Latina e do terceiro mundo dependem apenas da exportação de produtos primários que retornam a seus próprios mercados beneficiados, deixando as margens e o valor agregado nos países importadores que industrializam estas matérias-primas.

O Brasil - pela sua dimensão, porte do mercado e potencial econômico - precisa estar no grupo de países que exportam produtos beneficiados, privilegiando tecnologia e emprego no País, minimizando a nossa dependência da exportação de recursos naturais e produtos primários. É fundamental para o crescimento da economia brasileira

e o equilíbrio da balança comercial.

No setor de telecomunicações, não é a elaboração de programas protecionistas e nem de substituição de importações - semelhantes aos bem-sucedidos programas coordenados pelo Ministério da Comunicações nas décadas de 60 a 80 - que mudará isso. A necessidade de colocar à disposição do mercado usuário as últimas tecnologias, simultaneamente ao momento em que elas são apresentadas no mercado internacional, torna indispensável que o Brasil se insira no grupo de nações geradoras de tecnologia, e não apenas um mercado de seguidores, para os quais a única opção é a importação. Para isto é fundamental um planejamento de longo prazo e a identificação de nichos de mercado e de atividades onde poderemos ter uma posição competitiva e de liderança, além das óbvias necessidades de financiamento à exportação e eficiente logística de transporte.

O governo apela para slogans fortes como "exportar ou morrer". Porém, este deve ser um esforço de um país que tenha sustentação, e não apenas um impulso demagógico de palanque, para impressionar as platéias.

A crise de energia que vivemos hoje era anunciada há mais de dez anos, e é uma pena que tenhamos que assistir a este quadro recessivo da economia pela falta de energia como insumo básico. É uma cabal demonstração da incapacidade de planejamento de nosso País.

Iniciativas como o Livro Verde, coordenado pelo Ministério de Ciência e Tecnologia, deveriam ser levadas amplamente a sério pela sociedade brasileira, incluindo o Congresso Nacional. É repensando o País e identificando as áreas onde poderemos vir a desempenhar um papel de competitividade e liderança na comunidade internacional que estaremos dando resposta a esta necessidade vital de exportar de forma sustentável, criando empregos.

A conscientização da necessidade de exportar é mais uma oportunidade de planejar e orientar o nosso futuro. Esperamos que não seja apenas mais uma oportunidade desperdiçada pelas nossas autoridades, mais interessadas em políticas de curto prazo e em aumentar a arrecadação fiscal.

Coerência ou conveniência: qual é o melhor caminho?

TELETIME 53, MARÇO DE 2003

O debate de momento é sobre a liberação da faixa de 1,9 GHz para que Vésper, Brasil Telecom (BrT) e outros possam fazer a implantação do Serviço Móvel Pessoal (SMP) utilizando a tecnologia CDMA em 1,8 GHz. Um dos poucos países a adotar a aplicação de CDMA em 1,8 GHz é a Coreia do Sul, em escala reduzida. Neste debate, misturam-se várias teses, suportadas por diferentes interesses econômicos.

O sucesso do modelo de privatização de serviços públicos está associado a uma política de longo prazo e a uma fiscalização eficaz. Não nos enganemos com os discursos dos políticos de turno, que esquecem que a privatização tem sido o único possível substituto à incapacidade do Estado de cumprir com as suas responsabilidades, apesar da exagerada carga tributária imposta à população.

A prestação de serviços públicos por empresas privadas requer como contrapartida a remuneração adequada do capital investido, quer sejam recursos próprios ou empréstimos/financiamentos, os quais sem dúvida têm que ser pagos, pois o calote institucionalizado, a bancos ou fornecedores, não é uma solução sadia para todos os problemas numa democracia.

A decisão de investir no SMP foi tomada baseada nas regras e na política do momento, válidas inclusive para as empresas que se beneficiariam com a liberação do CDMA agora. Vésper e BrT conheciam as regras ao adquirirem suas licenças e seguramente colocaram em seus business plans este fator de risco. Tanto que a BrT emitiu um edital para a compra da rede com a definição da tecnologia em aberto, aguardando o posicionamento da Anatel.

Com três a cinco operadoras, além da Nextel na maior parte do território brasileiro, o mercado de serviços móveis tende a ser um dos mais competitivos do mundo, e os postulantes deveriam saber disso ao pleitear suas licenças.

A atitude de uma saída política cabe ao Ministério. Porém, este deve cuidar da integridade do modelo, evitando que outras discussões, como a do espectro de 1,9 GHz, se caracterize como parte do pacote de discórdia entre o Executivo e a Anatel. É importante não perder a perspectiva histórica, pois em qualquer setor de infra-estrutura os investimentos são de longo prazo, e as decisões transcendem o curto período de quatro anos de um mandato presidencial.

A decisão de adotar a faixa de 1,8 GHz para o SMP foi um longo debate que levou mais tempo que o necessário, vencido pelos advogados da implantação do GSM no Brasil, sob a alegação de menores preços pela escala mundial do GSM, e pela geração de empregos.

Além desses argumentos circunstanciais, se lançou o argumento técnico-estratégico de resguardar a faixa de 1,9 GHz para a terceira geração (3G), que na época estava rendendo aos governos europeus extraordinárias somas pelas vendas de espectro.

A realidade é que 3G virou um mico. A maioria das operadoras europeias está altamente endividada, querendo devolver o espectro para os governos. A 3G escorrega no tempo, por razões menos técnicas e mais mercadológicas, para o último quartil desta década (2007-2010).

A possibilidade de utilização da tecnologia CDMA para o SMP não é uma decisão tecnológica, mas sim solução de um conflito artificial entre a coerência de uma política de longo prazo ou apenas de interesses específicos.

É uma decisão de competência da Anatel, incumbida de regulamentar e administrar o espectro de frequências e os regulamentos dos diferentes serviços, que são a base de decisões para investimentos de longo prazo.

É importante restabelecer o papel de formulação de políticas e estratégias do Ministério das Comunicações, mas não às custas do esvaziamento das funções da agência ou, pior ainda, duplicando seu papel.

A pior solução para o modelo é aquela que implica na quebra de confiança e respeito. É uma decisão com a mesma relevância da continuidade da política econômica do governo FHC adotada pelo governo Lula neste primeiro momento, enquanto modificações consistentes, sem quebra de modelo, serão introduzidas aos poucos.

A coerência da Anatel neste momento é fundamental para manter a sua autoridade. Não haverá respeito pelas punições e decisões da agência a partir do momento em que ficar caracterizado que atitudes podem ser tomadas por conveniência casuística em detrimento do planejamento e política de longo prazo.

Serviços corporativos: nicho mantém-se ativo

TELETIME 60, OUTUBRO DE 2003

O cumprimento das metas de universalização associado à parada de atividades no setor devido à crise mundial, decorrente da explosão, ou melhor, da implosão da bolha da internet e da quebra de confiança no mercado de capitais, fizeram com que o volume de negócios para fornecedores e instaladores caísse de um alto patamar para níveis de mínima subsistência.

A consequência é um grande número de demissões no setor, com o respectivo encolhimento de todas as empresas, mas também com uma impressionante queda no valor de mercado dessas companhias.

No meio desse marasmo e caos, os fornecedores e operadores se deram conta de que o nicho do mercado de serviços corporativos permanecia ativo e significativo, como uma embarcação que navega independentemente das crises setoriais, com força própria.

O fato de a economia brasileira ter andado de lado nos últimos tempos não refletiu o crescimento de setores específicos, tais como o petrolífero e aqueles dedicados à exportação e à agroindústria. Esses segmentos tiveram desenvolvimentos importantes que resultaram numa demanda adicional de serviços corporativos e de soluções avançadas, necessárias para aumentar sua competitividade, reduzir seus custos operacionais e que resultem em uma melhor capacitação de inserção no contexto de um mercado global.

Entretanto, a atenção das operadoras concentrou-se inicialmente nas grandes empresas e corporações. O mercado de pequenas e médias empresas (PMEs), com mais de 3,5 milhões de companhias e que gera uma demanda importante de tráfego e de equipamentos, não foi desenvolvido. As PMEs estão ávidas por soluções, necessitando ingressar no universo da banda larga quase como uma questão de sobrevivência e por custos operacionais baixos.

A área de tecnologia da informação (TI) passou a acumular a rede de voz e dados, além das tradicionais responsabilidades de operação e manutenção da infra-estrutura computacional e de software. Isto significa uma mudança de interlocutores e de linguagem, fazendo com que, a despeito da convergência de redes, as empresas tenham que discutir soluções completas de voz e dados.

O privilégio recai, claro, sobre as empresas que podem suprir essa demanda. Embora isto não signifique necessariamente a ocorrência real da convergência de redes, já há no mercado uma demanda concreta

por uma visão convergente e a proposta de soluções que contemplem a necessidade de voz e dados. Ninguém mais busca uma solução de voz, que é uma commodity, mas sim aplicações que atendam um nível mais complexo de necessidades e com uma visão primária de TI. Assim, ocorre uma mudança de perfil dos players e dos interlocutores.

Uma mudança importante no comportamento desse mercado é que as empresas deixaram de ter áreas dedicadas à telefonia, cuidando de voz e manutenção de PABX. Passaram a fazer outsourcing dos processos de manutenção.

Também as grandes redes, devido ao alto custo de operação e manutenção, foram repassadas para a administração e operação de terceiros, dando origem a um mercado especializado no outsourcing de operação, manutenção e ampliação dessas redes.

Outra área que se desenvolveu fortemente é a de call centers, onde algumas poucas empresas operam gigantescas centrais de atendimento. A natureza de mão-de-obra intensiva e especializada desta área faz com que, cada vez mais, as empresas usuárias recorram à terceirização desse serviço.

O mercado é atendido por praticamente todos os operadores - fixos, móveis, especializados (SLE/SCM), satélite etc. -, independentemente da tecnologia wireless em banda larga, 2,5G ou 3G, Wi-Fi, satélite, ADSL, IP ou NGN, ou ainda qualquer outra sigla.

Na realidade, as novas tecnologias representam uma oportunidade aos entrantes de desenhar soluções atrativas e competirem em igualdade de condições com os incumbents, desde que tenham acesso à última milha. Alguma ofertas serão complementares, como é o caso das operadoras fixas e móveis de mesmo controle acionário.

Um outro tópico que começa a ganhar corpo e importância é a segurança de redes e de dados, resultando em uma crescente demanda de oferta de soluções de espelhamento de dados e disaster recovery.

A verdade é que todo o mercado requer das operadoras e dos fornecedores um entendimento de suas necessidades e uma adequação de suas organizações e oferta de produtos.

Para tanto, as empresas devem definir quais são os melhores canais de vendas de produtos e serviços corporativos para as PMEs e acelerar a entrada de soluções IP e wireless. Com isso, promoveriam agressivamente a convergência, tanto como parte das ações para incentivar este mercado quanto como ferramenta de desenvolvimento da economia.

O papel de cada player no conteúdo móvel

TELETIME 65, ABRIL DE 2004

Durante o seminário Tela Viva Móvel, realizado em São Paulo no último mês de março, pudemos vislumbrar o que representa este novo meio de comunicação e mídia que são as dezenas de milhões de aparelhos celulares que permitem acessar individualmente seus assinantes, a qualquer momento e em qualquer lugar, com um potencial de comunicação que, até então, só tinha paralelo na televisão. Mas a TV, embora em maior quantidade e presente na maioria das residências dos brasileiros, não tem a característica de acesso individualizado.

O que vimos e ouvimos no decorrer desse seminário é uma atividade nova, com a introdução de novos produtos e serviços, um após o outro, quase sem tempo para avaliar os resultados e fazer os devidos ajustes. Os lançamentos são muito mais motivados pela necessidade de se manter a competição entre as operadoras e as tecnologias do que como parte de um trabalho de marketing sistemático.

Os serviços de mensagens curtas (SMS), ringtones, jogos, quiz, serviços de localização e de informação, enriquecidos agora com a introdução de vídeos, ilustram a imensa possibilidade que temos à mão. O gosto do assinante brasileiro e a sua receptividade ao consumo dessa nova mídia são o outro lado da moeda que, certamente, deve deixar angustiadas as equipes de marketing dedicadas aos serviços de valor agregado (SVA).

Como a introdução, no mercado brasileiro, de serviços e conteúdos que utilizam essa nova mídia é ainda muito recente, várias questões se colocam, tais como o modelo de negócios mais adequado ao mercado brasileiro; a questão de direitos autorais e propriedade intelectual; e os elementos da cadeia de valor nessa nova indústria. Também existem as questões relativas aos diferentes agentes dessa cadeia e qual é o espaço para as empresas tradicionais de mídia, as gravadoras e os estúdios.

O objetivo é criar condições para o crescimento harmônico dessa indústria nascente e evitar, na medida do possível, a criação de cartórios ou elos na cadeia que agreguem custo sem agregar valor aos serviços. É onde devemos tomar cuidado na definição do papel dos publishers e dos agregadores para que eles não se tornem apenas atravessadores que têm o poder de conhecimento e influência, ficando com parte relevante das margens a serem repartidas nesse negócio.

Cabe às operadoras evitar que isso ocorra, no seu próprio interesse de incentivar o crescimento e desenvolvimento da nascente indústria. O

ciclo de vida de produtos e serviços veiculados na telinha móvel é muito curto e requer a contínua renovação de desenvolvedores para manter o estímulo de consumo no mercado.

Outra característica dessa nova indústria é a sua natureza global, como uma via de mão dupla. Isso quer dizer que recebemos muitos aplicativos desenvolvidos fora do Brasil e aqueles que forem desenvolvidos no País devem ter como foco sua distribuição global.

A forma de cobrança é uma discussão interessante e tem a ver com a natureza dos conteúdos oferecidos. Muitos deles se enquadram na categoria de entretenimento, com interatividade, enquanto outros são estáticos. Os conteúdos são “embalados” e distribuídos por uma transportadora, ao passo que, na realidade, o que se pretende oferecer é uma gama ampla de opções com as características de uma programação.

A televisão por assinatura apresenta um modelo de cobrança para entretenimento, com acesso a uma grade de programação através de uma assinatura mensal e programas adicionais na base do pagamento pelo uso (pay-per-view). Pelo uso ou por assinatura de serviços, qual é a forma que será a alternativa interessante para estimular o consumo dos produtos e serviços na telinha? Vale a pena lembrar que não se deve esperar uma contribuição expressiva do mercado publicitário.

Os grandes grupos de mídia agitam-se para tentar entender como se integram a esta nova mídia. Não sabem ainda ao certo se é um competidor ou uma forma adicional de receitas para potencializar os seus conteúdos. Em ambos os casos, têm que modificar suas posturas tradicionais com relação aos seus conteúdos e flexibilizar a possibilidade de utilizá-los com compartilhamento de receitas e sem mínimos garantidos.

O estímulo à produção nacional de aplicativos, programações ou conteúdos deve ser uma preocupação de todos. Não devemos ficar paralisados sem saber se a definição da telinha móvel é uma forma de telecomunicações ou comunicação social. A evolução da tecnologia rumo à convergência de serviços é inexorável e não pode ser freada pelos regulamentos ou órgãos encarregados de acompanhá-la.

Quais as opções para as operadoras fixas?

TELETIME 66, MAIO DE 2004

O extraordinário crescimento das redes das incumbents, decorrente da obrigação de atender as metas de universalização, permitiu investimentos bilionários desde os primeiros anos da privatização até 2002, quando essas metas foram antecipadas. A motivação subjacente era a oportunidade de expansão das fronteiras de atuação e a obtenção de autorização para outros serviços tais como longa distância nacional e internacional.

A realidade de mercado, entretanto, demonstrou ser outra, e a universalização pretendida pelo governo através de linhas fixas não ocorreu. As operadoras permanecem com um expressivo estoque de linhas que oneram seus balanços. Por outro lado, ocorreu uma universalização de fato, sem a explícita intervenção do governo, baseada nas leis de mercado e na tarifa de interconexão. As móveis, com o serviço pré-pago, fizeram com que a universalização chegasse às pessoas de forma muito mais significativa do que se pretendia com as fixas. Pode-se afirmar que, nas atuais condições de mercado e com as regras vigentes, a mais séria ameaça de competição que as incumbents sofrem vem do Serviço Móvel Pessoal (SMP).

As ofertas, como ADSL para banda larga e outros serviços sobre a arquitetura de rede fixa, não tiveram até agora um desenvolvimento expressivo. O único segmento potencial é o corporativo, onde há oferta de uma dezena de operadores significativos. Setor para o qual também as móveis começam a apresentar pacotes. Com a possibilidade dessas operadoras adquirirem autorizações para outros tipos de serviços, associada à evolução da 2,5G e 3G, nada as impedirá de competir em toda a gama de produtos para o mercado corporativo.

Vemos um cenário em que todas as empresas oferecem todos os serviços, ou seja, as empresas fixas multisserviços ainda têm que encontrar seu caminho em termos de preços e abrangência. As fixas ficaram muito acomodadas com seus monopólios regionais, enquanto as móveis, com a necessidade de ganhar mercado e a alta competitividade, implantaram infra-estruturas novas e flexíveis, além de ter aglutinado expressiva experiência de marketing e principalmente uma agilidade invejável.

O modelo caminha para as mega-associações de fixas com suas operadoras móveis associadas. Em alguns casos, como uma organização única - Telemar e Brasil Telecom. Em outros, como empresas com mesmo controle acionário, casos da Embratel com Telmex e Claro e a Telefô-

nica com a Vivo. As demais operadoras fixas e do mercado corporativo trabalham com parcerias para oferecer pacotes diferenciados, em particular com a TIM, e existem alguns casos de operadoras multisserviços localizadas, como a CTBC Telecom e a Sercomtel.

Embora o cenário macro esteja se delineando claramente, as estratégias específicas ainda carecem de definição e poderá levar algum tempo até que fiquem estabelecidas. Neste meio tempo, as condições de contorno podem mudar: novas fusões ou aquisições que alterem o quadro entre as operadoras; a introdução do Serviço de Comunicações Digitais (SCD); a mudança de regras que pode ocorrer por ação do governo, com a renovação dos contratos de concessão das incumbents prevista para fins de 2005; e a alteração das regras de interconexão entre fixas e móveis (VU-M), prevista para julho deste ano. Além disso, surge no Congresso a idéia de extinguir a assinatura mensal no serviço fixo.

Essas iniciativas são extremamente críticas, pois criam modificações substanciais no modelo de negócios de todas as operadoras. E a pergunta que devemos formular é se virão mesmo em benefício do usuário. O desenvolvimento mais autêntico e harmônico que se poderia almejar para este setor é aquele regido por regras de mercado e de competição, sem a intervenção sistemática do Estado.

Muitas das discussões dos últimos anos, que antecederam as atuais minutas dos novos contratos de concessão, sempre foram pautadas pela inexistência de competição no serviço fixo. Ora! Essa competição existe de fato, com as móveis, por meio das tarifas de interconexão. Sem impostos, fundos ou taxas, que só oneram o serviço e inibem a utilização e massificação dos serviços, sem trazer nenhum benefício direto ao usuário.

Lembremos que o Brasil é campeão na criação de fundos ou contribuições que acabam não sendo utilizados para o fim específico para o qual foram criados. A extinção, por lei, da assinatura mensal é um equívoco, pois estamos certos de que em breve esse fato ocorrerá como uma resposta das operadoras fixas à estagnação de seus negócios e da competição com as móveis. Da mesma forma, outras inovações e conceitos como tarifas planas e serviço pré-pago nas fixas são ações de marketing que irão ocorrer como movimento natural num mercado competitivo e no qual a tecnologia evolui de forma muito rápida.

Mercado que deve ser visto não como segmentado por tecnologias, mas sim como um mercado de serviços, operado por empresas multisserviços, onde as fixas competirão com as móveis e com as de serviço corporativo, e quem sabe com uma oportunidade de ressurgimento para as operadoras de TV a cabo também. Com o Estado vigilante e fiscalizador, mas sem onerar mais os serviços com tributos e regras que não têm a ver com o negócio.

Será a vez do VoIP?

TELETIME 69, AGOSTO DE 2004

Voz sobre IP (VoIP) é um conjunto de tecnologias, protocolos, padrões e regulamentação que permite a comunicação ordenada de voz pela rede mundial da internet. O uso da internet para comunicação de voz não é assunto novo, pois há vários anos essa rede é usada, principalmente em longa distância internacional, por operadoras especializadas, algumas das quais, inclusive, fecharam devido à bolha da internet.

Comunicação de voz grátis via internet também não é novidade. O serviço mais conhecido é o Skype, que por ser um serviço P2P (peer-to-peer) não tem prioridade e a qualidade é baixa devido a congestionamentos na rede. A novidade está em prover serviço de voz de qualidade (carrier grade), entre quaisquer terminais, cobrando tarifas competitivas, como um serviço de telefonia pública normal, com outros serviços de dados e vídeo. Há várias iniciativas e indicações de que 2004 marca a consolidação do VoIP no mercado mundial e também sua entrada no mercado brasileiro, e que a sua adoção ao longo dos próximos anos deverá ser crescente e inexorável.

Se confirmada essa tendência, VoIP poderá ser a mais significativa evolução tecnológica no mundo das telecomunicações desde o advento das comunicações móveis e pessoais, podendo alterar significativamente o mapa das telecomunicações.

Foco de atração

O que deve atrair o usuário residencial e o corporativo é que, com essa tecnologia, tanto incumbents quanto novos operadores e os operadores de nicho terão a capacidade de oferecer serviços mais avançados, mais baratos, de uma forma mais eficiente e mais rápida.

O que torna isso realmente viável é a utilização de uma arquitetura de redes de nova geração com a utilização de softswitches, media gateway controllers, media gateways e um conjunto de protocolos. Os terminais ainda são um entrave no desenvolvimento da VoIP, tanto no caso dos telefones IP para as redes convencionais de telecomunicações devido à pequena oferta e alto custo, quanto para os modems no caso das redes de TV a cabo, devido à falta de autonomia no caso de queda de energia.

A expectativa é que a adoção do protocolo SIP (Session Initiation Protocol), através de um adaptador, resolva esse problema crônico. Foi o caso da Vonage, empresa independente que oferece serviços de VoIP

para usuários residenciais e pequenas empresas nos Estados Unidos, desde 2001, com mais de 250 mil assinantes em 30 estados.

As operadoras incumbents e algumas espelho têm projetos em andamento envolvendo a implantação de centrais de nova geração e tendem, numa segunda fase, a adotar o IP Centrex para o mercado corporativo, permitindo uma rede única para voz e dados, e finalmente centrais locais para atendimento de acesso residencial.

NGN e VoIP são tecnologias não maduras e com muitos problemas para serem resolvidos, tanto técnicos quanto de modelo de negócios, o que prenuncia um longo caminho à frente. Porém, o aparecimento de operadoras como Primeira Escolha, atuando sobre a rede da TVA com essa nova tecnologia, assim como a movimentação da Embratel aproveitando os investimentos de sua controladora, são um alerta de que essa opção pode evoluir mais rapidamente do que estava nos planos estratégicos das empresas. As operadoras de TV a cabo também estudam o uso de VoIP, que foi tema constante de debate nos últimos congressos de TV por assinatura, nos Estados Unidos e no Brasil.

Entretanto, com a estagnação da base de telefones fixos, que está de fato encolhendo, a motivação das incumbents em adotar novas tecnologias é muito reduzida, e depende de criteriosos estudos de rentabilidade e retorno. Este cenário poderá ser mudado, se a concorrência proporcionada por essas novas companhias, ou pelas operadoras de TV a cabo, se tornar uma real ameaça a seus objetivos operacionais, à semelhança do que vem ocorrendo nos Estados Unidos.

A convergência de serviços passará a ser oferecida para voz, dados e vídeo numa única rede, a IP, e não como se esperava há alguns anos através da evolução das redes comutadas tradicionais.

VoIP parece que chegou para ficar e, da mesma forma que a introdução dessa nova tecnologia NGN, cria um desafio para as operadoras estabelecidas no mercado. O mesmo ocorre com os fabricantes tradicionais, pois eles ficam ameaçados pela presença de novos fornecedores.

VoIP está aí, é uma realidade, com investimentos em 2004 da ordem de US\$ 1 bilhão, e vem crescendo de forma que pode até duplicar em dois anos.

As incríveis possibilidades do SMS

TELETIME 70, SETEMBRO DE 2004

Algumas passagens ilustram a força do serviço de short messages (SMS): há dois anos atrás me chamava a atenção que na Europa, no metrô, as pessoas, jovens em especial, passavam o tempo todo digitando seus celulares e trocando mensagens em lugar de falar. Além de um hábito que resultava em grande economia na conta telefônica, tratava-se também de questão de educação e obediência às normas de não utilização de celulares em locais públicos. Outra passagem relevante ocorreu há algumas semanas em São Paulo. Eu estava atrasado para um compromisso e tentava avisar uma pessoa desse atraso. Habitado a falar, tentava desesperadamente completar uma chamada, na região da Avenida Paulista, sem canal e sem cobertura, e após quase 15 minutos de batalha, um colega da Nova Zelândia resolveu rapidamente o problema enviando uma mensagem de texto a seu colega que estava nos esperando no hotel. A resposta, via Nova Zelândia, foi uma questão de segundos. O uso de mensagens de texto, além da economia de tempo e custo, permite discretamente comunicar-se e resolver situações críticas. Isso é apenas um relato de um caso concreto que me induz a aderir a uma utilização mais sistemática desse meio de comunicação que tem possibilidades tão incríveis, para qualquer idade.

A descoberta do SMS pelo mercado brasileiro pode ser vista sob diferentes ângulos: é uma solução de comunicação para os usuários; uma forma que as operadoras têm para aumentar suas receitas; é uma ferramenta de marketing; e uma opção de entretenimento, entre outras.

A possibilidade de se comunicar por meio de textos curtos, que se populariza rapidamente no mundo, e aos poucos no Brasil, abre novas dimensões para a comunicação entre pessoas, cujo potencial apenas vislumbramos. A comunicação por texto, na forma de recados, era uma solução barata de comunicação com a tecnologia dos pagers (o popular bip). Porém, o pager necessitava de um operador intermediário para a retransmissão de recados e códigos nem sempre fáceis de lembrar. Além do que, a comunicação bidirecional nunca chegou a ser muito popularizada, em grande parte pelas próprias limitações da tecnologia e pelos altos custos associados.

A grande disseminação das redes de comunicações móveis que, além de voz, permitem comunicação de texto e de dados, com grande facilidade de uso para ambos, mostra uma mudança cultural. A utilização massiva de comunicação por texto - quando não se trata de assuntos longos

ou prioritários, introduz conceitos de economia de custos, discrição e na maioria das vezes também de eficiência. As mensagens de texto curto incentivam idéias de aplicações que vão desde o entretenimento puro, tais como jogos, a aplicativos associados ao treinamento e educação, como versões mais sofisticadas de marketing por broadcasting ou interativo, caso este que permite uma participação ativa do usuário com perspectivas de recompensas associadas. Outra aplicação popular e já bastante utilizada no Brasil é a do tele-voto associado a programas de televisão, como foi o caso do Big Brother Brasil.

Apesar dos números de SMS anunciados pelas operadoras brasileiras serem expressivos em quantidades absolutas e mostrarem uma rápida adoção desse meio de comunicação, para um mercado que há um ano atrás praticamente não existia, são ainda pequenos comparados com outros países. São cerca de oito mensagens por mês por usuário, ante as mais de 20 na Europa. A relevância do SMS para aumentar a ARPU é ainda pouco explorada, principalmente para os assinantes pré-pagos, uma vez que a estrutura de custos ainda é pouco favorável ao uso dessa ferramenta. Por outro lado, o custo do envio de um SMS é maior que o de um pulso em telefonia fixa e, conforme o plano, pode chegar a cerca de 30% a 40% do valor do minuto falado. Entendemos que o foco das operadoras ainda está no crescimento da base e implantação de uma nova tecnologia, GSM ou CDMA conforme o caso, com uma cobertura satisfatória igual, ou melhor, que a cobertura em TDMA das bandas B. Ao mesmo tempo, um outro pilar em grande desenvolvimento, porém sem grandes investimentos em capital, é o lançamento de serviços com a máxima velocidade. Os aplicativos para varejo têm um ciclo de vida curto, de apenas alguns meses, e requerem uma produção de novas atrações com grande velocidade, às vezes até sem o devido cuidado com a qualidade e a avaliação correta da receptividade dos clientes. As aplicações em marketing apenas começaram e o entretenimento se limita a alguns jogos relativamente simples.

A verdade é que, visto por quem vem de países onde o SMS é comum para qualquer usuário, a utilização de SMS no Brasil é muito incipiente.

IMS é a promessa para a convergência

TELETIME 84, DEZEMBRO DE 2005

IMS, terabytes/ano, serviços nomádicos e convergência fixo-móvel deverão ser termos usados com assiduidade na nova linguagem das telecomunicações em poucos anos. A visibilidade para os próximos 15 anos é 2020. Os conceitos a que nos acostumamos no setor de telecomunicações mudarão para se adaptar à nova realidade. Por um lado, a contínua evolução das tecnologias, que está sempre em busca da abertura de novos mercados e oferta de novos serviços que permitam manter a plena utilização da capacidade de criação tecnológica, além de fornecimento de bens e serviços de uma sociedade em contínuo desenvolvimento. Por outro lado, os novos conceitos associados à plena consciência de que o modelo social adotado pela Organização das Nações Unidas é o da sociedade da informação na qual o conceito de universalização está mais voltado para a inclusão digital.

Significa que a importância do acesso estará direcionada para à internet e à informação em contrapartida ao acesso de voz oferecido em pequenas vilas e povoados, ou em terminais de uso público, como foi a tônica da universalização nos oito anos passados desde a privatização do Sistema Telebrás.

O IMS (IP Multimedia Subsystem) apresenta-se como nova arquitetura de rede, em que o núcleo amplia-se para criar uma camada de controle para todas as aplicações, incorporando como oferta comum dos provedores de serviços atividades não inerentes ao serviço, mas à sua gestão de provisionamento e cobrança. Esta nova visão do núcleo de redes permite propostas de implementação diferentes, dependendo da origem de tipo de equipamento e de rede fornecido por cada empresa, e permite ao operador decisões de estratégia de evolução de rede que pode ser independente do legado existente.

Criar uma camada de controle das aplicações comum ao núcleo das redes permite uma mais rápida e simplificada implantação de novos serviços, bem como adição de conteúdos multimídia, sem causar um impacto enorme no back-office da operadora, notadamente os sistemas de provisionamento e faturamento (billing).

Medida em bytes

O volume de dados trafegado em cada país, medido em terabytes/ano, passará a ser a medida mais usual de penetração de serviços e de universalização, e o nível de desenvolvimento estará associado a esta

medida igualmente. Com uma rede toda digitalizada, tanto o tráfego de voz quanto de dados serão medidos em quantidade de bytes. A distribuição entre dados e voz será o indicador de inclusão digital e de distribuição entre diferentes classes de países mais ou menos desenvolvidos, assim como entre as diferentes classes sociais.

O serviço nomádico, por sua vez, permite que o usuário se registre e se identifique na rede a partir do local onde estiver, mantendo as características e a numeração do seu lugar de cadastro inicial. É um serviço que se torna possível com as redes e terminais IP. Implica em um certo tipo de mobilidade semelhante à dos beduínos, que a cada momento acampam e se instalam em lugares diferentes. Não se trata da mobilidade característica dos serviços móveis pessoais, celulares, ou restrita como nos telefones sem fio ou como proposto pela Vésper, dentro de uma mesma célula.

A disseminação do serviço nomádico poderá tornar desnecessária a implementação de portabilidade numérica entre as operadoras incumbentes fixas, pois o registro de seu endereço IP, e com a disseminação da banda larga wireless por WiMAX, permitirá sua conexão em qualquer lugar, mas sem movimento.

Outro termo da nova linguagem é a convergência fixo-móvel, também viabilizada pela arquitetura IMS, que permite a conexão de várias plataformas de rede à camada de controle, caracterizando serviços, e não tecnologias, junto aos usuários. Aparentemente, uma visão de convergência de serviços fixo, móvel e dados já se torna possível com o ambiente regulatório existente. As autorizações de STFC, SMP e SCM permitem propriedades cruzadas, e as prestadoras podem usar estas licenças para o oferecimento de serviços além de seu escopo original, apesar da falta de numeração no caso das autorizações de SCM - problema ainda a ser solucionado.

O cenário poderia ser modificado se houvesse condições políticas para se discutir um novo modelo em que houvesse licença única de multisserviços, em vez de buscar uma intrincada arquitetura de uso das autorizações passíveis de serem obtidas dentro do regulamento atual.

A questão de uso adequado de bens escassos, como espectro de frequência e numeração, associados a um serviço de qualidade, permanece como preocupação, mesmo com o advento dessa nova linguagem. A convergência de serviços, e não de redes, é a aposta, e alguns serviços que têm regulamentação independente terão que se adaptar.

O acesso do futuro

TELETIME 105, NOVEMBRO DE 2007

Uma coisa fantástica aconteceu. Nasceu Elena. Linda, com 2.910 gramas de peso e 48 centímetros de comprimento. Mãe e filha estão bem e o pai com um sorriso de orelha a orelha. Menos de 24 horas depois de seu nascimento, Elena já tinha e-mail e um blog com suas fotos. E pasmem, ainda não tinha sido registrada em cartório. Até aqui é fato. A seguir, um pouco de ficção. Ainda na infância tirará seu RG e CPF. Paralelamente, terá um celular e será conhecida pelo seu número, que graças à portabilidade numérica poderá acompanhá-la por toda a vida. É verdade que RG e CPF são únicos para cada indivíduo, enquanto no caso de celulares, uma pessoa pode ter vários números.

Uma mudança cultural está acontecendo. Celulares são em maior número do que CPFs. E através da revolução da internet, com o crescimento da interatividade e transformação da web da comunicação de um para todos em comunicação de todos para todos, esta mudança criará uma demanda de banda muito superior à atual.

Ao mesmo tempo, a universalização da banda larga permitirá que mais pessoas tenham acesso não só ao conhecimento que se pode buscar na web, que era a motivação inicial da inclusão digital, mas à possibilidade de participar de grupos e da criação de conteúdos independentemente de onde estejam.

A demora na implantação desses planos faz com que atentemos para a mudança no perfil da demanda e a necessidade crescente de maior banda. A inclusão digital antes era vista como colocar computadores nas escolas, o que hoje não é suficiente. A universalização do acesso em banda larga é o que se enxerga agora no caminho de colocar o Brasil como País desenvolvido e será medida pelo volume de dados em terabytes.

Menos de 20 anos se passaram desde a introdução dos celulares e acompanhamos uma enorme revolução na tecnologia e no seu uso, bem como na evolução da internet. Nada indica que os próximos dez ou 20 anos não serão de igual fertilidade. A nós cabe pavimentar esta estrada e deixá-la em condições de ser trilhada para que este não seja um entrave ao desenvolvimento das pessoas e do País.

Esse perfil e evolução é que fundamentam qualquer análise de demanda para a oferta de banda larga e justificam uma reflexão a respeito. A demanda não será de serviços, dentro do conceito que tira o sono do pessoal de marketing e produtos das operadoras celulares, mas sim pelo acesso em banda larga e conectividade. É certo que continuará existindo

uma demanda crescente nos mercados das classes A e B e de empresas por aplicativos integrados e serviços mais sofisticados, principalmente associados à mobilidade. Estes serviços serão responsáveis por uma fatia importante da receita e motivo para a fidelização do cliente.

Dentro da perspectiva de acesso há várias tecnologias despontando, além das soluções tradicionais a cabo e wireless, em particular WiMAX e 3G. WiMAX aparece como responsável pelo crescimento significativo da banda larga no Chile e na Colômbia. Os números ainda são tímidos se comparados com a magnitude da quantidade de celulares. E sempre se coloca a pergunta: para onde vai a banda larga? É a perspectiva de colocar banda larga como mais uma facilidade nas redes celulares que determina esse movimento, ou é a perspectiva de mobilidade nas redes WiMAX que acelera a disseminação da banda larga?

Banda larga é uma demanda de necessidade da telinha, ou é uma mobilidade requerida por notebooks? Um cartão PCMCIA como device associado à 3G ou ao WiMAX permite a mobilidade em qualquer dos dois casos. O padrão WiMAX será parte da configuração básica dos computadores, intrínseco por força da atuação da Intel, grande promotora desta tecnologia, à semelhança do que já acontece no caso das redes Wi-Fi.

Com um olho no próximo passo de evolução, a LTE (LongTermEvolution) seria o caminho das tecnologias celular e WiMAX, permitindo máxima velocidade em downlink e uplink, ressalvadas as diferenças das bandas de frequência para as quais deverão estar licenciadas.

Isso lembra que os operadores de telefonia móvel não chegam a conseguir amortizar um investimento numa determinada tecnologia e já vem a necessidade de substituição por outras mais modernas.

Com mais de 100 milhões de clientes, dos quais 85% são pré-pagos, qual é a perspectiva de marketshare para a 3G? Qual é o negócio para a operadora de celular com a 3G? Como deverá ser feita a escolha das cidades ou regiões e como calcular o valor dos lances, já que 3G é a primeira aposta na universalização da banda larga? É ao mesmo tempo uma oportunidade para replicar o modelo da 3, na Europa, que se consagrou como operadora de 3G sem carregar o legado de assinantes em outras tecnologias. Existe negócio para operadora só de 3G?

Os leilões de 3G e das frequências de WiMAX não podem ser dissociados, pois estas tecnologias permitem uma cobertura nacional de banda larga com mobilidade, desenhando-se, assim, a próxima etapa de evolução das telecomunicações.

Mobilidade e meio ambiente

TELETIME 109, ABRIL DE 2008

O ano começou com uma sinalização de uma grande mudança. Os maiores eventos, em Barcelona e Las Vegas, mudam de foco e em vez de mirar na tecnologia passam a tratar da indústria de serviços móveis como um todo. Em Barcelona isto ocorre já na mudança do nome do evento, com o 3GSM substituído pelo Mobile World Congress, e em Las Vegas o CTIA focaliza em serviços e no que a mobilidade pode fazer por nós. Dois sintomas são identificados, um de exaustão do discurso de supremacia de uma tecnologia sobre as demais, e mais relevante uma tendência de convergência das tecnologias na sua evolução futura, quando WCDMA, LTE e WiMAX parecem buscar um futuro de harmonia com espaço para todos. Eventos que sempre foram caracterizados como fóruns de catequização por uma ou outra tecnologia, vitrines mostrando as maravilhas do que se poderia fazer com as novas evoluções das tecnologias defendidas, e palcos de debates acalorados, tratando as diferentes vertentes tecnológicas como se fossem seitas religiosas.

O ritmo alucinante de evolução das tecnologias de acesso torna inócuos os conceitos tradicionais de retorno de investimento, pois a cada ano novas verdades têm que ser difundidas no mercado, impactando não apenas os investimentos na rede e na infra-estrutura, mas também na comunicação das empresas com o mercado. Isto cria, principalmente, confusão para os usuários, que não sabem mais se precisam de um smartphone, de 3G ou o quê. A capacidade de geração de novas tecnologias e novos padrões é maior do que a capacidade de absorção das operadoras e principalmente dos usuários.

Se por um lado a tecnologia e a infra-estrutura cada vez mais se tornam commodities, o espectro continua um bem caro e escasso, como se viu no leilão de 3G no Brasil, quando houve ameaça de entrada de um novo player. No caso, era a Nextel, que fez os preços dispararem, indicando que uma posição de mercado ainda vale a pena, mesmo com valores de espectro bastante inflacionados. Ou seja, mais vale estar dentro do que ficar como espectador. Veremos como se comportarão no leilão de WiMAX que deverá ocorrer ainda em 2008.

Com tanta tecnologia e banda sendo disponibilizada a questão ainda sem resposta é a das aplicações. Depois do SMS e dos ringtones, parece que a TV no celular é a bola da vez. Com a tecnologia quase dominada, sobram modelos de negócios.

Televisão foi uma revolução nos anos 60 do século passado, conseguiu penetrar em 100% dos lares e banalizou a informação. Hoje as coisas acontecem em função do horário da televisão, ou mesmo fatos são criados para alimentar a televisão.

Mobilidade e internet protagonizam a revolução dos últimos 20 anos, e agora a TV vai para o celular com acesso direto ao indivíduo, acesso em qualquer lugar e a qualquer momento, com possibilidades de uso positivo para melhoria da qualidade de vida ou não.

Programa da China

Em meio a todas essas questões de tecnologia e de difusão e uso da informação, enquanto em Barcelona os líderes da indústria e dos principais operadores e fornecedores debatem diversos temas, o CEO da China Telecom fez outra proposta. Maior operadora de serviços móveis do mundo, com 350 milhões de assinantes e acréscimo de outros 10 milhões por mês, a empresa apresenta como seu maior programa para 2008 o respeito à ecologia e a preservação do meio ambiente.

Com certeza, o celular não é o agente de modernidade mais poluente que existe. Mas é expressiva a contribuição da indústria móvel para a poluição ambiental e visual, bem como consumo de energia: com mais de 3 bilhões de aparelhos celulares no mundo, considerando uma taxa de renovação de terminais de 20% ao ano, 600 milhões de terminais ficam obsoletos e disponíveis para reciclagem, e 3 bilhões de baterias precisam ser trocadas anualmente.

Só no Brasil, em 2008, serão instaladas 20 mil novas estações radio-base, que requerem energia e torres. A preocupação da China Telecom está inicialmente centrada no suprimento de energia para as ERBs, utilizando programas de energia alternativa, para poupar a convencional e diminuir a poluição com geradores.

A oportunidade, entretanto, é muito mais ampla, pois a mobilidade traz uma relação individual com uma grande parte da população da Terra. Se todos os usuários de celular tiverem a mínima consciência de reciclagem de baterias, economia de energia e expandirmos esta consciência à reciclagem em geral, estaremos num bom caminho para a mudança de comportamento que este século nos pede.

Se, além disso, a responsabilidade ecológica e com o meio ambiente das operadoras levar a um menor gasto de energia e de poluição ambiental e visual, estaremos a favor do futuro. O primeiro fato a reconhecer é que com a penetração da mobilidade e a importância deste setor, ele tem que incorporar também na sua cartilha a responsabilidade social e com o meio ambiente com a mesma energia que se empenha nas novas tecnologias. É o compromisso com o futuro e com as novas gerações que podemos aprender com a China Telecom.

A difícil arte de planejar

TELETIME 114, SETEMBRO DE 2008

Para as empresas, operadoras e fornecedores de bens e serviços no setor de telecomunicações, o ano de 2008 está se aproximando do fim e é hora de começar a pensar no futuro imediato, 2009, com uma perspectiva dos próximos três a cinco anos, já que um ciclo se encerra.

Num balanço preliminar, o ano em curso foi muito bom, com muitos investimentos, novas redes e novos operadores, fusões e aquisições importantes, avanço na TV por assinatura com incursões de ambos os lados e mudanças relevantes no marco regulatório. Porém, é hora de se olhar para frente, o que sempre é uma tarefa de adivinhação que requer muita perseverança, alguma metodologia e futurologia, a famosa bola de cristal.

O ciclo que se encerra foi dominado pela implantação de novas tecnologias. O próximo será de consolidação dessas tecnologias, assegurando o retorno dos investimentos e a preparação para a nova etapa de mudanças tecnológicas e de modelo de negócios, com apostas que não são fáceis de serem feitas.

Para o planejamento ser bem-sucedido deve-se analisar o impacto dos diferentes fatores que predominarão no próximo período. Discorreremos a seguir sobre algumas das questões a serem abordadas para caracterizar o cenário macro que ditará as condicionantes de contorno para o planejamento.

É recomendado que sejam traçados cenários de evolução partindo do mais macro da economia global, descendo para a regional e depois para país. A economia global está andando de lado nos últimos seis meses, e embora a regional esteja ainda em crescimento, as previsões ainda são contraditórias, sendo portanto recomendado que se trabalhe com um cenário conservador de crescimento mínimo na economia global. Em alguns países pode-se considerar crescimento acelerado, caso do Brasil e de outros da América Latina. Atenção especial deve ser dada à situação errática do câmbio, onde alguns países estão em processo de valorização, caso do Brasil, enquanto outros estão desvalorizando suas moedas. Sinais de alarme para crises em alguns países também é motivo para maior cuidado no planejamento.

Mesmo no planejamento local, o impacto e as oportunidades globais devem ser levados em consideração. A análise dos diferentes players e de sua atuação no Brasil e no mundo é crítica. A maior

parte deles é global, ditando as grandes tendências, cabendo às empresas de nicho estratégias de ruptura em segmentos específicos de mercado. As empresas locais, por outro lado, têm que se planejar para entrar no jogo global. A estratégia pode se resumir à absorção ou venda para players globais. Foi-se o tempo em que os mercados fechados conseguiam viabilizar uma empresa.

O marco regulatório no Brasil e nos países de interesse é condicionante direto de planejamento. Novas licenças de operadores celulares, a regulamentação das faixas de WiMAX e seu licenciamento, a introdução de TV Digital, a liberalização dos operadores para fornecimento de múltiplos serviços, a licença única e a portabilidade numérica são alguns dos temas que estão na pauta dos reguladores neste e nos próximos anos e que afetam diretamente qualquer planejamento.

Estabelecidas as condições de contorno e os cenários para planejamento de acordo com a linha estratégica de cada operação, chegou a hora de analisar o mercado específico e os drivers que impactarão este mercado. São diferentes se a empresa é um operador global, de nicho, fornecedor de redes, de plataforma ou de serviços. O cliente busca mobilidade, banda larga? Está disposto a pagar pelos serviços de acesso à internet permanente ou nomádico? Quais as opções de TV que mais lhe apetece – por cabo, satélite, junto com sua banda larga ou no celular? Qual o destino da linha fixa – está fadada a minguar ou terá uma reutilização importante? Enfim, o cliente está interessado num operador multiple play que lhe ofereça todos os serviços, ou aproveita mais com a pluralidade de operadores?

Muitos pontos foram lançados em forma de perguntas e caminhos alternativos, para que não sejam esquecidos no exercício de planejamento.

Neste mar de tecnologias mutantes e apostas voláteis associadas a um mercado cada vez mais disputado e competitivo, no qual as vantagens são efêmeras, e quando os ciclos de vida dos produtos se encurtam cada vez mais, acertar no planejamento é quase como acertar na Sena. Ou será que existe mesmo uma arte em que planejar é possível?

A difícil arte de planejar (parte 2)

TELETIME 115, OUTUBRO DE 2008

Na coluna do último mês ressalté a importância de começar a planejar 2009 e um horizonte de três a cinco anos. Não esperava uma crise na economia mundial desta proporção, porém reafirmo que a melhor forma de atravessar com a possível serenidade este momento é planejar com critério, dando ênfase à proteção de suas vulnerabilidades e identificando as oportunidades para sair fortalecido e preparado para o período seguinte.

O setor de telecomunicações deixou de ser periférico na economia para ser um setor vital. E, como tal, tem uma vitalidade própria; serve como setor alternativo que continuará carreando um volume significativo de recursos em detrimento de setores, como transportes e entretenimento, na forma de tarifas. Tudo isto se distribui na sua cadeia de valor, alimentando as operadoras e fornecedores de bens e serviços. Leva ainda significativos recursos para os cofres públicos na forma de impostos.

Na tarefa de seguir o planejamento, o que como sempre é um ato de adivinhação, neste cenário cabe como primeira reflexão como mudar a postura tradicional das empresas de privilegiar sempre a expansão e a busca de crescimento das receitas como forma de aumentar receitas e lucratividade. A verdade é que o investimento em melhorias de sistemas e de qualidade de gestão tem sido relegado sempre a segundo plano ante a frenética busca de marketshare que foi a tônica dos últimos anos. Mas talvez seja o momento de rever esse modo de atuar e privilegiar projetos de qualidade de gestão, garantia de receita e integridade de sistemas, até como forma de melhorar a base de informações para o próximo ciclo de crescimento que se seguirá a crise.

Não bastasse o cenário macro, descrito no artigo anterior, e a crise que se agravou nestas últimas semanas, a incerteza de para onde vão as tecnologias agrega mais um conjunto importante de variáveis que durante o planejamento devemos analisar seu impacto. É bom estudar as diferentes tendências tecnológicas que predominarão no próximo período, as quais listamos a seguir de uma forma bastante sumária, com a certeza de que estamos esquecendo algumas opções, tal a variedade existente.

É preciso considerar para a implantação dos serviços quais as melhores opções de tecnologia associadas aos operadores e fornecedores de produtos, de plataformas e redes, e de serviços, considerando os vários segmentos de rede. No acesso se acirra a disputa entre o wireless e wireline com a 3G de um lado e a fibra óptica do outro. A 3G dominará

ou o WiMAX vai achar um espaço importante? O que acontecerá com as redes 2G existentes, vão desaparecer ou se manterão como ativos rentáveis importantes e, para isto, demandarão novos investimentos? E o padrão LTE chega em 2010? Qual será o seu impacto nas tecnologias existentes e na oferta de serviços? O acesso fixo está apostando na fibra e na distribuição de TV. Como isto ficará e com que modelo de negócios se desenvolverá esta oferta.

No core de rede, com a portabilidade implantada, a evolução para NGN é uma etapa pulada para as fixas e realidade nas móveis. O SIP (SessionInitiationProtocol) deve chegar forte em 2009 para ficar. Para tanto, exigirá interoperabilidade com as redes TDM existentes, reque-rendo reformulações que acomodem esta realidade híbrida em que as redes abarcam conceitos de NGN, SIP, SS& e IMS. Isto, enquanto o IMS (IP MultimediaSubsystem) segue sendo uma solução sem clara justificativa de uso, dado o alto investimento sem um retorno que se justifique em cima de receitas adicionais pela falta da famosa “killer application.”

Os sistemas de billing, garantia de receita de suporte à operação, são essenciais para acomodar esta onda de mudanças de tecnologias e modelos de negócios que transformaram a nossa indústria nos últimos anos.

Não menos importante é a consideração a ser dada aos terminais que são chave na viabilização de qualquer nova tecnologia. Seu custo, versatilidade e volume representam um motor importante no desenvolvimento do setor. Nesta área, uma das questões fundamentais é como replicar nas novas tecnologias o sucesso de massificação e uniformidade atingido pelo GSM, sem dúvida o maior motivo para o sucesso de sua disseminação por todos os continentes.

Por último, como fica a cadeia de valor do setor, com a comoditização de produtos e serviços e degeneração de margens em produtos e serviços pressionados pelo poder de compra dos grandes grupos de operadoras e fornecedores de rede? Quem é quem e quem vai desaparecer nesta cadeia?

Mais pontos foram lançados em forma de caminhos alternativos, para que reforcem o exercício de planejamento. São muitas opções de tecnologias e um cenário volátil num mercado cada vez mais disputado e competitivo. As vantagens são efêmeras e os ciclos de vida de produto encurtam-se cada vez mais. Podem acreditar: planejar é possível.

Operadoras fixas: a oferta triple play é suficiente?

TELETIME 121, MAIO DE 2009

Continua a incessante busca das operadoras fixas para encontrar seu novo espaço no cenário atual das telecomunicações brasileiras. O crescimento das telecomunicações foi centrado nos últimos anos nas operadoras celulares, numa estratégia de atendimento do mercado de baixa renda com a oferta de celulares pré-pagos, que gradualmente, por diferentes fatores, se tornaram de uso em todas as classes.

As operadoras fixas perderam assinantes de voz, que preferiram não pagar a assinatura mensal fixa, e viram seu domínio da banda larga ameaçado pelas celulares, com a introdução acelerada da 3G, e com as operadoras de cabo, no atendimento residencial.

Neste contexto, as operadoras passaram ou passarão em breve (no caso da Oi, com seu DTH) a explorar o modelo de oferta triple play, com voz, dados e TV por assinatura, num único pacote mais competitivo. Esta é a atual aposta de marketing das diferentes operadoras. Mesmo para este contexto, as diferenças entre as incumbents e as espelho, ou empresas de cabo, são gritantes, pois as incumbents têm uma rede antiga, que ainda não evoluiu fortemente para NGN e SIP, enquanto que as redes das empresas competitivas, por serem mais recentes, contam com tecnologias mais novas, portanto mais fáceis de evoluir. Situação análoga se identifica para os sistemas de backoffice, que são complexos, fragmentados e antiquados no caso das concessionárias, enquanto que as empresas competitivas têm sistemas mais ágeis para a introdução de novos serviços. Vale lembrar que a aposta mais recente em termos de tecnologia é a introdução de IPTV, como alternativa para o gerenciamento de ofertas de conteúdo sob demanda. Tais apostas tecnológicas e produtos requerem sistemas novos de provisionamento e bilhetagem que hoje não são disponíveis nas operadoras brasileiras.

As redes de acesso em cobre existentes eram limitadas em oferta de velocidade de banda larga, frente às redes coaxiais da operadoras de cabo. Assim, o projeto de expansão da rede de fibra para melhor competir é uma necessidade inadiável, com toda a dificuldade de resolver o problema de cabeamento interno dos edifícios, um lento aprendizado pelo qual as operadoras de TV a cabo passaram ao longo de muitos anos.

A realidade é que a oferta triple play é a aposta de momento das operadoras fixas, o que acarreta um investimento importante nas redes de acesso, com sua migração para fibra até as residências, viável pela

expressiva queda de preço da fibra óptica.

A falta de modernização no core das redes vai inviabilizar a agilidade necessária em um ambiente competitivo, fazendo com que as incumbents fiquem em desvantagem em relação às operadoras mais novas, que têm redes e sistemas mais modernos e fáceis de manejar para responder às novas demandas de mercado pelo cliente ou pelos competidores.

A questão que nos colocamos é se a oferta triple play é uma estratégia ganhadora ou se é apenas mais um esforço reativo de sobrevivência das operadoras fixas? O fato de ser uma linha adotada pela maioria levanta a dúvida sobre ser esta a estratégia vencedora. Embora em termos de rede haja a necessidade de investimentos na direção de modernizar as redes para garantir agilidade de resposta, não quer dizer que a oferta de marketing pelo triple play seja a resposta certa.

O que quer o cliente? O cliente está pouco interessado em tecnologia. Ele quer um único provedor, um único número de call center para reclamações, uma data única para pagar todas as suas contas, e ainda um dispêndio menor com um pacote único de serviços. E melhor qualidade oferecida pelas novas tecnologias. Algumas destas idéias contrariam até o modelo instituído pela Anatel, pois com a segregação do CSP, contas locais e de longa distância são separadas. Aspectos fiscais e tributários também não contribuem para esta visão convergente de serviços.

O cliente está cada vez mais exigente. O fato de que a oferta de serviços é cada vez mais parecida com a oferta internacional faz com que os clientes estejam cada vez mais conscientes do que querem e de quanto estão dispostos a gastar. Parece que o que mais interessa ao cliente é ser atendido rapidamente, com eficiência, qualidade e preço competitivo. É isso o que o cliente quer, e não promessas de tecnologias milagrosas. Essa passa a ser a tarefa primordial dos especialistas de marketing, pois vender gato por lebre está cada vez mais difícil.

A convergência de serviços já está sendo oferecida para voz, dados e vídeo numa única rede, utilizando a rede IP, com arquiteturas de nova geração e o uso de VoIP. Novas tecnologias aparecem todos os dias. No entanto, o suporte básico das operadoras, billing, CRM e backoffice, não está seguindo a expectativa do que quer o cliente.

Parece inexorável que paulatinamente todas as empresas ofereçam todos os serviços, caminhando para uma oferta quadruple play que inclua a mobilidade.

Qual a estratégia certa e para onde caminham as operadoras fixas em termos de evolução de suas redes e serviços? Esta é a pergunta a ser respondida. Se triple play não for a resposta, qual será? A BrT vinha delineando uma proposta original de quadruple play, diferente e mais ousada, com impactos em tecnologia, rede, backoffice e na organização. A oferta incluía a mobilidade e, por ser totalmente agnóstica em termos de tecnologia, tornava-se uma ferramenta eficiente para atender o cliente. Será que esse projeto terá continuidade após a fusão com a Oi?

As diretrizes tecnológicas para os próximos dez anos

TELETIME 131, ABRIL DE 2010

A evolução dos negócios para os operadores de telecomunicações traz consigo um exercício de futurologia bastante desafiador. Por um lado, há o entendimento de que a oferta de serviços é necessária para manter ou ganhar a liderança em um segmento de negócios. De outro lado, há o desafio de implantar as redes de forma a utilizar o que de mais moderno se apresenta sem perder os sistemas e redes legadas existentes. E também é preciso que as tecnologias de suporte permitam flexibilidade, rapidez de resposta e agilidade perante os clientes e em relação à concorrência.

Cada um destes elementos tem uma variedade de alternativas que demandam muitos estudos e análises de retorno de investimentos. Às vezes, até mais tempo que a própria implantação de uma destas soluções.

Por outro lado, a pressão dos acionistas por resultados, comprometidos e medidos a cada trimestre, acarreta pressões cada vez maiores sobre custos e para que se faça mais com cada vez menos. Pressão esta que é repassada para a cadeia de fornecimento, em muitos casos com resultados inesperados e surpreendentes nos processos de compra, o que acaba inclusive mudando os parâmetros utilizados nos estudos em questão.

Caso típico desta situação é a evolução tecnológica das redes das operadoras celulares. Nesse caso, a discussão sobre a tecnologia (se GSM, 3G, HSPA ou HSPA+) fica quase que irrelevante frente à prática comercial adotada: o swap das redes existentes apenas para garantir a venda do próximo passo tecnológico e a disputa de posições junto aos grandes clientes (no caso, as operadoras).

Esta prática coloca por terra um conceito antigo: a de que a base de clientes era vital para garantir o crescimento, pois criava uma quase dependência entre fornecedor e operador. Dessa lógica, decorria a estratégia comercial de cobrar pouco para entrar na conta, sabendo que nas expansões se recuperaria a margem. Hoje, principalmente nas redes de acesso das operadoras celulares, essa lógica não é mais válida. Em qualquer oportunidade de ampliação, como as redes são abertas e padronizadas, pode haver um outro fornecedor que, para entrar na conta, se apresenta com uma agressiva proposta de substituição da rede instalada, como comprovam vários exemplos no mercado brasileiro dos últimos três anos.

Não há mais fidelidade e, portanto, os sistemas legados deixam de ser um entrave para a evolução tecnológica, pois poderão ser subs-

tituídos num estalar de dedos por quem tenha uma solução melhor ou uma proposta comercial mais agressiva. Isto é feito sem levar em conta o “costofownership” e o ciclo de vida das tecnologias e de produtos dentro da organização.

É claro que esta é uma caracterização simplificada, e é preciso deixar claro que isto se aplica com gradações diferentes em diferentes operadoras, crescendo quanto mais recente e padronizada for a tecnologia utilizada e mais abertas forem as interfaces.

O desafio nessa nova realidade são os sistemas de back-office, incluindo os sistemas de gerência das redes e os sistemas de provisionamento e billing. Isso porque quando falamos de sistemas, estamos falando não apenas da tecnologia de equipamentos e software, mas também de processos e procedimentos de toda a organização, sem esquecer das considerações sobre custo total para a organização.

Algumas tecnologias e plataformas são vendidas como soluções que podem simplificar o processo de introdução de novos produtos e serviços, o que é ainda o calcanhar de Aquiles das operadoras. Se para uma expansão de rede ou de capacidade é possível contratar os fornecedores em turnkey e exigir implantação rápida, para os processos de introdução de novos serviços e produtos ou mesmo o provisionamento e aquisição de novos assinantes o processo é extremamente demorado. Principalmente quando se fala em novos produtos, que requerem alterações nos procedimentos informáticos. Aí o problema vira uma novela. Destas soluções, por exemplo, temos o IMS, que mexe com a arquitetura da rede afetando a entrada de novos serviços, e o SDP, que é opção de plataforma para simplificar a entrega de novos produtos e serviços. Ambas, até agora, não conseguiram demonstrar que realmente trariam um retorno com a simplificação de introdução de novos serviços.

Em geral, as grandes discussões em seminários e congressos giram em torno de tecnologias de ponta para redes de acesso, backhaul, uso de fibra e um pouco de IMS. Também se fala sobre que elementos determinantes da evolução da tecnologia estão associados à demanda por mais banda, resultado das redes all IP já em uso e as do futuro, e sobre os impactos do uso de redes de fibra óptica e redes 3G e 4G móveis.

Na verdade, os grandes esforços de redução de custos estão voltados, de um lado, para a redução de preços e serviços de fornecedores na cadeia de valor e; por outro, nos processos de terceirização da operação, hoje muito em voga. Estes processos de redução de custo envolvem os custos diretamente mensuráveis e comparáveis. Falta uma ação mais forte na melhora dos processos que envolvam os sistemas de back-office e que resultem numa homogeneização do tempo de resposta das organizações, que hoje ainda têm nos seus sistemas legados o ponto vulnerável. É preciso, portanto, analisar também o retorno e os benefícios indiretos que podem ser obtidos da melhora de sistemas e, principalmente, os benefícios aos clientes.

Smartgrids: o caminho das elétricas para telecom?

TELETIME 132, MAIO DE 2010

As redes elétricas são antigas e pouco ou nada foi feito nos últimos cinquenta anos para sua modernização. Foram tratadas neste período como uma tecnologia madura e que requeria poucos investimentos de modernização. O alto custo de mão de obra em alguns países, ou o alto custo de geração da energia em outros, e ainda a fraude na distribuição em países em desenvolvimento, despertaram a necessidade de dotar as redes de distribuição de energia elétrica de alguma inteligência.

A capilaridade da rede elétrica também parecia uma oportunidade para que as utilities participassem do processo de expansão da telefonia fixa durante a privatização das telecomunicações, iniciado há uma década. Com a proposta de universalização das telecomunicações, havia a expectativa de que as elétricas seriam candidatas naturais para se tornarem competidoras das operadoras de telecom, dada sua capilaridade e presença em todos os domicílios. Esta expectativa não deu em nada naquela época, em parte devido ao perfil empresarial das elétricas ou porque a tecnologia para que elas utilizassem as suas redes para prover voz e dados não estivesse madura naquela época. Em paralelo, o rápido desenvolvimento das celulares mudou o foco sobre quem iria prover de fato a universalização dos serviços de voz.

Agora vem a oportunidade de universalização da banda larga, e com o advento das smartgrids, novamente voltam-se as atenções para o uso das redes elétricas.

A tecnologia aplicada no setor evoluiu muito mais lentamente do que a da área de telecomunicações, e o PLC, que parece ter superado os problemas de tecnologia, ainda não se viabilizou no Brasil pela falta de um entorno regulatório atrativo aos investidores.

A nova onda de modernização são os smartgrids, traduzidos literalmente como redes elétricas inteligentes. Embora a medição remota e a telemetria aplicada no monitoramento sejam as aplicações imediatas e que talvez por si só já justifiquem economicamente este investimento no âmbito do negócio das elétricas, pode-se ensaiar voos muito mais altos em termos de serviços potenciais.

E a questão da convergência com as telecomunicações e a possibilidade das elétricas virem a acirrar a concorrência na banda larga é a oportunidade que vem à baila e que traz uma nova excitação nos dois setores.

Cabe, então, a questão: a universalização da banda larga é uma ques-

tão de vocação ou de tecnologia? Várias entidades se apresentam, tais como o Estado na versão da Telebrás, ou as municipalidades, ou ainda os operadores de telecomunicações e mesmo pequenos empreendedores privados. Por fim surgem como candidatas as elétricas. Várias tecnologias se apresentam, inclusive as baseadas em redes de energia, com o PLC, tanto para voz quanto dados. Mais ainda no moderno conceito de smartgrid mais abrangentes.

Independente da questão de aplicabilidade ou adequação da tecnologia, cabe discutir se é essa a vocação das elétricas para este e outros tipos de serviços, uma vez não há nenhum antecedente de sucesso das empresas de energia no setor de telecom. Na Inglaterra, onde foram feitas tentativas importantes (lembrando que a National Grid participou do controle da Intelig no momento da privatização e depois saiu), há mais de dez anos se acreditava que a convergência entre os dois setores se tornaria uma realidade em algum momento. Não aconteceu.

Pode ser que esta questão de vocação esteja mais ligada ao DNA das empresas e que a natureza da prestação de serviço de energia elétrica e de telecomunicações seja tão diferente que fica incompatível fornecer os dois serviços por uma única rede ou empresa.

Assim, parece que a oportunidade da banda larga não será o tão esperado momento de convergência entre os dois setores. A implantação das smartgrids exigirá um tempo maior que as demandas por banda larga. Os benefícios destas redes inteligentes para os usuários ficarão limitados a possibilidades das distribuidoras de energia adotarem planos de tarifa baseados no perfil de consumo, mas dificilmente teremos serviços convergentes.

Na realidade, a oportunidade para as empresas de energia, com as smartgrids, está em disputar também o controle da casa do assinante. Esta é a próxima etapa de oportunidade comercial e de aumento de receitas para os operadores e hoje essa corrida está em aberto. O BroadbandForum define a casa inteligente, smarthome, como a próxima etapa de convergência. Uma casa inteligente leva a uma expectativa de controle dos serviços oferecidos ao assinante, como todos os serviços de telecomunicações, televisão por assinatura, vídeo de todas as naturezas, Internet, serviços de monitoramento e de segurança, controle dos equipamentos elétricos etc. São serviços que gerarão novas receitas, ou a convergência de receitas para um único prestador de serviço. Permitirão visualização remota da casa e controle remoto de aparelhos domésticos. Todo um conjunto de normas e protocolos está sendo desenvolvido para esta oportunidade de negócios e os fornecedores de software, de terminais e equipamentos domésticos. As distribuidoras elétricas esperam que a implantação das smartgrids as habilite a entrar nesta briga pelo controle da casa do usuário. Para isto terão que mudar seu ritmo de evolução tecnológica, pois dentro de três a quatro anos os demais players já estarão em fase avançada de experiências pilotos e modelagem comercial.

Horizonte meio nublado

TELETIME 142, ABRIL DE 2011

Cloud computing, computação em nuvem, aparece como a bola da vez em tecnologia de TI. Alguns mais ousados chegam a apostar que a computação em nuvem tem o potencial de ser uma nova revolução que afetará a oferta de serviços, a educação e as possibilidades de negócios. Só que, por enquanto o que se vê não é uma nuvem, mas sim uma perspectiva bastante nublada do potencial de revolução que pode trazer esta nova modalidade ou tecnologia de TI.

Nos últimos quinze anos tivemos duas revoluções que efetivamente mudaram o modo de se relacionar, trabalhar e mesmo o modo de ser das pessoas: a Internet, a mobilidade e a junção dos dois com o mundo IP, fazendo a mobilidade e a disponibilidade permanente como algo com um potencial que ainda tem muito para ser explorado. O ser humano ganhou um novo órgão e um sexto sentido.

Continuamente aparecem novas soluções, arquiteturas e tecnologias que pretendem trazer algum tipo de revolução, mas que na maior parte das vezes são apenas evoluções, ou novas arquiteturas ou metodologias que estão mais na linha de tornar mais eficiente as propostas em curso do que realmente uma revolução de impacto nos hábitos de consumo.

Várias siglas nos últimos anos tentaram se afirmar como soluções definitivas de arquitetura de redes, mas IMS e SDP não emplacaram como solução que justificasse uma rápida substituição das arquiteturas existentes, e acabaram se tornando recomendações de evolução para novas implantações quando der, sem uma adoção de substituição massiva como gostariam os seus adeptos criadores.

Identificar o potencial de uma inovação é muito difícil diante desta avalanche de informações a que somos submetidos todos os dias através das diferentes mídias. Uma característica da inovação autêntica deve ser a busca da simplicidade. E com a sua aplicação, poder simplificar demandas reais de mercado para além das tentativas de marketing que visam criar demandas para problemas muitas vezes inexistentes.

Cloud computing é uma solução simples para ambientes corporativos e tem se mostrado eficiente e uma boa promessa neste âmbito. No ambiente corporativo é uma inovação que simplifica e tem muito potencial a ser explorado, que permite estender o ambiente corporativo, ou mesmo o outsourcing de funções de TI de forma mais efetiva e ampla com implementações sob medida e com grande flexibilidade.

Mas uma aplicação ampla de cloud computing, nesse momento, soa

mais como uma tecnologia em busca de um problema, e talvez não tenha toda esta potência para adoção massiva em todos os setores. Já no ambiente das empresas de telecomunicações, como ferramenta para prover um serviço para os seus clientes com vistas ao aumento de receitas, não parece que a possibilidade de oferta de serviços por nuvem vá viabilizar modelos de negócio viáveis no curto prazo.

As operadoras fixas, atendendo o mercado corporativo, podem de fato aumentar sua oferta de serviços e criar uma flexibilidade hoje inexistente. Uma oferta assim vai melhor atender as pequenas e médias empresas, que nunca foram devidamente atendidas pelas grandes operadoras por conta de sua pulverização. Ao trazer a flexibilidade de oferta de serviços em nuvem, será possível às teles fazer uma oferta sob demanda às PMEs.

Operadoras de nicho ou pequenas e médias operadoras, focadas neste serviço, também podem se valer desta tecnologia para dar um serviço sob medida. Mas para as grandes operadoras, entretanto, parece haver pouca chance de dar certo este tipo de atendimento, pois seus sistemas são anacrônicos, teriam que se reinventar completamente e isto, claramente, não é fácil de inserir está em seu roadmap e previsão de investimentos.

Uma possível aplicação do cloud computing na esfera das empresas de telecom é na arquitetura de redes, permitindo a conexão IP de elementos de rede em nuvem reduzindo custos e aumentando a flexibilidade e eficiência de uso da infraestrutura. Mas é algo que vai levar tempo para se materializar e pode ficar no caminho assim como aconteceu com muitas outras soluções.

As operadoras de serviços móveis não identificam na computação em nuvens uma tecnologia que permitirá o aumento de receitas, pois a sua relação com o mercado corporativo tem muito potencial a ser explorado principalmente com a massificação crescente dos smartphones. Entretanto um grande potencial existe na computação em nuvem para o crescente universo das aplicações para dispositivos móveis. A cada vez maior oferta de aplicativos para aparelhos móveis, e a consciência de que alguns apenas terão aceitação e uso que justifiquem toda a cadeia de valores das operadoras móveis, enseja a oportunidade de que a nuvem permita criar flexibilidade e dar viabilidade a muitos aplicativos que de outra forma ficariam sem uso e sem viabilidade. A utilização da nuvem na introdução das aplicações tornará mais leve, rápida e flexível esta cadeia de valor.

Cloud computing tem muita aplicação em empresas, grandes e médias, como forma de estender e agilizar o uso dos recursos de TI e com certeza é um conceito tecnológico válido e com muitas oportunidades de uso ainda por descobrir. O que devemos nos prevenir e evitar é de colocá-la como panacéia universal para a prestação de serviços de outsourcing em TI, com cobrança a medida pelas grandes operadoras. Muito mais pode acontecer e é fato que no discurso de líderes de grandes operadoras como AT&T, China Mobile, Vodafone e BT, o uso de cloud computing como uma aposta no maior desenvolvimento do ecossistema de negócios na área de comunicações móveis é uma constante. Mas os resultados ainda precisam ser vistos.

Nem tudo é o que parece

TELETIME 149, NOVEMBRO DE 2011

Com a rápida evolução das tecnologias e a demanda de soluções de redes, sistemas e aplicações cada vez mais complexas, associadas a ofertas mais convergentes e serviços com métricas diferentes em sua essência, fica cada vez mais difícil para os executivos, engenheiros e homens de mercado das operadoras se posicionarem e tomarem as decisões corretas. Mas não é apenas do lado das operadoras que esta dificuldade aparece. Pobres dos clientes e usuários que não conseguem navegar com facilidade e muito menos com simplicidade na miríade de ofertas e combinações disponíveis no mercado. A verdade é que muito cuidado tem de ser tomado quando o assunto é tecnologia.

Um exemplo: a densidade de telefones celulares acima de 100% não é necessariamente o que o número diz. Muitos clientes têm mais de uma linha, para otimizar o benefício obtido nos diferentes planos tarifários, dedicando-se a falar com pessoas da família ou telefones exclusivos de uso da empresa ou ainda SIMCards locais para diminuir os custos de roaming. Essa característica de uso cria uma distorção na análise baseada em densidade de telefones. Para corrigir esta distorção é preciso analisar também os minutos utilizados e dados de roaming ao longo do tempo para poder interpretar a real utilização do celular. Só assim se poderiam desenvolver as estratégias para corrigir eventuais distorções que estejam colaborando para deteriorar a receita por assinante.

Outra questão que requer uma melhor coleta de informações e análise mais criteriosa é relacionada com o tráfego de dados. O crescimento do uso de modems 3G, em aplicação nomádica em notebooks em hotspots, ou mesmo em escritórios, gera uma demanda alta de tráfego de dados, requerendo grandes investimentos de backhaul para a rede 3G, e seguramente este efeito se multiplicará com a introdução da LTE. Remunerar os investimentos passa a ser uma questão complexa, pois os planos de dados foram lançados com preços já bastante baixos, e a possibilidade do VoIP nos celulares usando 3G vai rapidamente deteriorar a receita de voz, que é o que mantém ainda hoje o equilíbrio econômico financeiro das operadoras.

O uso da rede 3G, e futuramente 4G, para atender a demanda de banda larga em aplicações nomádicas nos faz questionar a necessidade de investir em redes móveis com os mesmos critérios das redes 2G que eram predominantemente para voz. Não sabemos ainda responder se

para a real aplicação das redes 3G e 4G não deveríamos repensar as exigências de desempenho das redes.

Chegou a hora da fibra óptica e parece que temos uma adoção em massa dessa tecnologia nos backbones. São investimentos da Telebrás, Vivo, TIM e Embratel, porém o mais relevante parece ser a adoção da fibra nas redes urbanas para o acesso da última milha, o que indica uma renovação das redes fixas depois de muitos anos sem investimentos. Pode ser em função da acirrada competição pela banda larga de maior velocidade e com maior qualidade ou uma preparação para a evolução das redes para a entrega de TV utilizando IP. Será a aposentadoria do xDSL.

A introdução massiva de smartphones e tablets muda os modelos de negócio, pois cria uma alta demanda de tráfego na rede, ônus a ser arcado pelas operadoras, e o conteúdo vira receita adicional para terceiros que não participam do investimento na infraestrutura. Isso pode gerar um desbalanceamento na viabilidade do negócio, já que apenas o tráfego de dados está longe de pagar as contas dos crescentes investimentos.

A computação em nuvem é mais uma novidade no mercado que gera novas oportunidades de negócio, não necessariamente a serem aproveitadas pelos donos das redes, mas é mais tráfego de dados e mais infraestrutura sendo demandada, sem necessariamente remunerar corretamente a cadeia de valor. É mais uma novidade que parece uma coisa, mas de fato é outra.

As ofertas de quase todos os provedores de serviço evoluem rapidamente para tentar oferecer pacotes de serviços múltiplos, que nem sempre têm vantagens além dos descontos. Aos poucos, e idealmente, estas ofertas caminharam para um otimização de redes e de dispositivos que poderão trazer mais vantagens além das comerciais. Finalmente chega a convergência de serviços e possivelmente a convergência de redes.

Onde está, nas operadoras, o truque dos planos de minutos ilimitados por um valor fixo em reais? São, na verdade, minutos grátis na própria rede da operadora, mas o usuário não sabe disso. E o interurbano e o roaming nacional e internacional, como ficam? E a franquia de planos familiares? Banda larga nominal ou a garantida? Promoções limitadas ou permanentes? Benefício ou promoção? Contratos? Tudo isso tem que ser analisado pelo consumidor. Como todas estas questões são aplicáveis a todas as operadoras, constata-se que os planos são complexos e a dificuldade para o cliente é nunca receber o que pensava estar comprando.

O desafio aqui é não só explicar melhor para o consumidor o que está sendo oferecido mas ter, dentro das operadoras, profissionais capazes de traduzir isso para um público comum. É cada vez mais difícil ter esse tipo de profissional, cuja formação requer especialização em várias áreas, mas isso é assunto para outra coluna.

A dinâmica de evolução das tecnologias, serviços e aplicações continua em ebulição e a dificuldade para todos nós e tentar enxergar o que é e não o que parece ser.

Luz verde para a 4G. E agora?

TELETIME 155, JUNHO DE 2012

Com a concretização do leilão do espectro de 4G, está dada a largada para a entrada do Brasil no ainda seleto grupo de países que estão implementando a tecnologia de quarta geração móvel.

Definidas a alocação de espectro e as empresas que utilizarão as frequências nos próximos anos, agora vem a tarefa mais difícil: transformar esta perspectiva em serviços válidos para os usuários, satisfazer a expectativa do governo quanto à banda larga móvel e também monetizar estes serviços para viabilizar o retorno destes investimentos para os acionistas que estão se lançando, por diferentes razões, nesta nova tecnologia.

Era esperado que as operadoras móveis brigassem por este espectro, simplesmente porque não poderiam correr nenhum risco de debilitar sua posição dominante no mercado. Trata-se, sem dúvida, de uma evolução tecnológica que obriga as empresas a investirem. Se não o fizessem, arriscavam ser penalizadas pelo futuro dos negócios.

A grande vantagem da tecnologia 4G é a possibilidade de altas velocidades efetivas de transmissão de dados. Isso é muito atrativo para empresas que hoje têm dificuldades de obter garantias de serviço com qualidade. Em termos de aplicações, é uma grande oportunidade para vídeo, que demanda essas grandes velocidades.

Duas questões que se colocam são a da mobilidade e a da bidirecionalidade em aplicações de grande fluxo de dados. Video streaming é tipicamente download na distribuição massiva, pode ser bidirecional nas redes sociais e incluir criação coletiva de conteúdos, o que exige também um bom upload. Para distribuição assimétrica, o download uma rede 3G tem qualidade suficiente. Mesmo para necessidades simétricas de até 14 Mbps as redes 3G com HSPA+ são suficientes, desde que devidamente calibradas. Mas quando se acrescenta a variável mobilidade, o problema fica mais complexo, pois um grande fluxo de dados requer dispositivos maiores, como tablets ou notebooks, e mais atenção do usuário. Por isso, o vídeo tem mais as características nomádicas, e não as de mobilidade plena. Claro que em viagens de trem e de ônibus pode haver uma utilidade, mas por si só isso não sustentaria os investimentos necessários.

Outra questão a ser considerada é que não podemos fazer um paralelo entre a situação do LTE nos Estados Unidos e o que ocorrerá aqui, pois o fato de a frequência nos Estados Unidos ser na faixa de 700 MHz cria

uma maior economia dos investimentos. Aqui, como em boa parte da Europa, a banda de 2,5 GHz cria questões de cobertura e penetração que exigirão muito mais em termos de sites e de investimento, tornando mais difícil a obtenção de retorno, ou então ficando a sua aplicação restrita a zonas mais densas ou comercialmente viáveis.

Esta questão contraria a expectativa política do governo, que vê no LTE uma solução para a banda larga no País. Parte desta expectativa poderá ser atendida pelos lotes menores arrematados pelas empresas de televisão por assinatura, que vão com esta tecnologia expandir sua oferta para voz e dados, mas neste caso há muito espaço ainda a ser coberto.

Outro aspecto ainda a ser analisado e abordado diz respeito à voz sobre LTE, ou VoLTE, que carece ainda de terminais disponíveis. O 4G, na prática, está mais focado nas aplicações de dados e nomádicas. Mas a voz é novamente uma situação a ser analisada, já que o grosso da receita das operadoras móveis é de minutos falados e logicamente, enquanto assim for, elas farão de tudo para proteger e defender a sua receita. Assim, tudo indica que o 4G será aplicado em situações específicas, como a Copa do Mundo, onde se queira dar um ar de modernidade ao Brasil. Não teremos aeroportos, mas teremos 4G!

Outra questão é a disponibilidade de terminais, lembrando que a diversidade das frequências adotadas no mundo cria a situação de que um terminal que funciona nos Estados Unidos não funcionará aqui.

Assim, a maior probabilidade é que as empresas que façam seus investimentos em 4G tenham de resolver a questão de proliferação de sites e antenas e se concentrar em aplicações de nicho até que os terminais multibanda estejam disponíveis, que o VoLTE seja uma realidade e que a interoperabilidade com as redes 2G e 3G esteja resolvida satisfatoriamente. Neste meio-tempo, temos muito trabalho pela frente para completar a cobertura 3G e melhorar a qualidade das redes existentes.

Com a liberação do espectro da TV analógica em 2016, talvez possa voltar à discussão a migração do LTE para a faixa de 700 MHz, viabilizando assim sua massificação.

Fica para ser entendida a estratégia da Nextel, que está ainda em fase de construção de sua rede 3G e é simplesmente atropelada pela entrada de uma nova tecnologia em todos os mercados em que ainda está implantando ou iniciando esses serviços. Uma situação típica da evolução das tecnologias, num cenário onde a Nextel decidiu investir pesado para salvar sua base, que estava com uma tecnologia moribunda, o iDEN, e é atropelada por uma tecnologia mais eficiente justamente para clientes que demandam mais banda e velocidade, tipicamente seu mercado.

Nunca é demais lembrar que é questão imprescindível para a implantação do 4G a simplificação das posturas municipais para a implantação de sites, de preferência com uma legislação nacional em vez de regras locais.

mer

mercado

Esta sessão contém os artigos que olham para a realidade, para o dia-a-dia do mercado, das empresas e das tecnologias de telecomunicações e TI.

O processo não pode parar

TELETIME 09, JUNHO DE 1999

Na grande imprensa, abre-se uma discussão: o modelo implantado na telefonia celular no Brasil foi acertado ou não? Esta polêmica vem à tona por causa do baixo número de assinantes e da pequena quota de mercado de alguns dos operadores. Não acreditamos que a dificuldade, ou a culpa, possa ser imputada ao modelo adotado pelo Ministério das Comunicações na licitação da banda B e privatização da Banda A.

Vemos que apesar da extrema preocupação com a propriedade cruzada e do esforço para evitar uma maior concentração de poder na época das licitações, o resultado é uma razoável concentração de concessões e também de assinantes. Telefônica, TIW, Algar, Telecom Itália Mobile, BCP são algumas das empresas que conseguiram fatias dominantes do mercado.

A verdade é que a fase mais fácil de implantação destas operações, caracterizada pelo atendimento à demanda reprimida sem concorrência, já passou. Igualmente, os business cases apresentados pelos acionistas não foram realistas em relação a um cenário mais competitivo e agora o crescimento das bases de assinantes passa a ser mais lento, mais caro, mais difícil e conquistado palmo a palmo.

Mas não se deve esquecer que estes competidores entraram num jogo com regras estabelecidas e que tiveram tempo suficiente para estudar a viabilidade de seus lances. Quem optou por não correr riscos, ficou fora do jogo. O último exemplo ocorreu na telefonia fixa agora, quando nenhum concorrente, mais uma vez, achou compensatório o investimento na espelho da Tele Centro Sul. A área ficou vazia.

No caso das celulares, o processo não pode parar e devemos reconhecer que as operadoras fizeram um extraordinário trabalho de implantação de rede e conquista de um lugar em seus mercados e buscam com afinco como viver e se adaptar na acirrada concorrência que se vê estabelecida. O cliente tem opção de fato, finalmente!

O processo tem que continuar e sem dúvida a massificação pleiteada por alguns é o próximo passo. Para isso faz-se necessário baixar os preços, tanto dos handsets quanto da tarifa de uso e de um componente que pode vir a matar esta "galinha de ovos de ouro" que é a receita de telecomunicações: a carga tributária.

É extremamente alta a carga tributária incidente tanto nos terminais quanto na tarifa, tratada como referente a um bem de consumo

e não um bem essencial ao desenvolvimento do país.

É urgente que a Anatel em conjunto com as associações setoriais, no interesse da preservação e da continuidade do modelo, atue junto a diferentes instâncias no sentido de rever a incidência de tributos na cadeia produtiva deste setor, tratando-o como atividade essencial.

Afinal, se o governo está disposto a fazer tantas concessões para a indústria automobilística, por que não olhar com simpatia também para este setor crescente da economia? Acreditamos até que uma redução de impostos geraria um aumento de receita tributária no total da atividade.

Outro tema de relevância que deve vir a debate no mesmo contexto de continuidade e aperfeiçoamento

do modelo é sem dúvida a questão de fusões e concentração das concessões, que deve ser examinada com o máximo cuidado para evitar a cartelização ou o monopólio privado, ambos contra o interesse do público e contra o espírito de todo o processo de privatização.

Como renegociar a cadeia de valor no e.commerce?

TELETIME 18, MARÇO 2000

O comércio eletrônico aparece paulatinamente como uma realidade tangível. Entretanto, seu significado em termos de valor total movimentado, logística de distribuição e redistribuição das margens entre os diferentes atores no esforço de vendas ainda são questões por responder.

Entende-se por comércio eletrônico qualquer tipo de transação, envolvendo mercadorias ou conteúdos, feita por meio da Web, com cobrança dos valores eletronicamente, ou por meio de contas integradas com outros tipos de serviços públicos.

O papel das operadoras de telefonia fixa e celular no comércio eletrônico é também uma questão conceitual. Elas serão apenas transportadoras dos sinais eletrônicos que concretizam as transações, com receita baseada em impulsos telefônicos ou airtime, ou serão efetivos agentes de venda, com direito a uma parcela de comissão do valor da transação efetuada?

O problema pode ser visto do lado do vendedor. Ele normalmente reserva em seus preços finais uma parcela significativa para pagar comissões às lojas.

E já que estas últimas tendem a desaparecer da cadeia com a venda direta, pode-se baratear o produto ao consumidor ou destinar uma parcela de remuneração a operadoras de telecomunicações ou portais.

Pela ótica do operador do sistema de telecomunicações, o comércio eletrônico é um serviço de venda que deveria ser remunerado como tal. Esta postura das empresas operadoras deve-se, antes de mais nada, à crescente conscientização de que, com a competição, a progressiva redução das tarifas levará a uma crescente necessidade de novas fontes de receita. Em vez de simples tarifas sobre impulsos ou tempo de comunicação, tenderão a cobrar por conteúdos, quer seja de entretenimento ou de transações efetuadas.

Esta busca implica em uma definição de novos modelos de negócios e novas responsabilidades, que não podem seguir o modelo de compartilhamento preconizado pelas operadoras de energia elétrica, interessadas em se tornar sócios ocultos das operadoras de telecomunicações, a partir do aluguel de postes.

As operadoras devem realmente agregar valor às transações, e não apenas cobrar um imposto. Desta forma, vão se tornar efetivos agentes de promoção, de venda, cobrança e repasse das receitas para

então poder cobrar claramente suas comissões. Para prestar este serviço, as operadoras devem também contemplar os investimentos em pessoal e sistemas.

Outro aspecto da cadeia de valor no comércio eletrônico é a distribuição física das mercadorias. O hábito de comprar é bastante impulsivo e está intimamente associado à posse imediata dos produtos. Assim, a logística da distribuição física em 24 horas após a decisão de compra é um complemento imprescindível para quem se dedica ao comércio eletrônico, e um ingrediente essencial ao seu sucesso. É um filão de oportunidade de negócio ainda por ser explorado.

O volume de vendas que o comércio eletrônico pode movimentar é capaz de atingir cifras astronômicas, inclusive colocando em risco as formas convencionais de comércio. Estas afirmações, contudo, se referem em geral ao mercado americano, onde o acesso à Internet já é extremamente pulverizado e existe uma cultura de compras à distância.

No Brasil, além de um volume pequeno de microcomputadores e do acesso ainda limitado à Internet, há também uma arraigada cultura de evasão de impostos, o que sem dúvida dificulta o estabelecimento de compras totalmente documentado. A efetivação da reforma tributária com a criação de um imposto único de valor agregado (IVA), aplicado na operação de venda, simplificaria este processo e poderia contribuir para a modificação deste padrão cultural brasileiro.

De qualquer forma, para várias atividades econômicas, o comércio pela Internet será sem dúvida um sucesso, desde que as empresas se preparem para prover um serviço de qualidade, a preços vantajosos.

O papel dos portais e das operadoras de telecomunicações pode ser crítico para alavancar o e.commerce no Brasil, desde que estes agreguem valor à cadeia e sirvam ao seu cliente usuário.

Internet: oportunidade para o grande salto

TELETIME 21, JUNHO DE 2000

A Internet traz consigo o paradigma da nova economia, em contraposição à economia vigente. Traz consigo uma nova revolução nos meios de comunicação e de acesso à informação, e como tal uma oportunidade de re colocação na ordem econômica mundial.

A história da civilização ocidental se caracteriza por períodos de estabilidade e transição marcados por fortes mudanças nos meios de produção e informação que são acompanhados por mudanças sociais significativas.

Estamos face à revolução tecnológica deste novo milênio, cabe a todos nós identificarmos a oportunidade de reenquadramento que se apresenta a países com o potencial do Brasil, buscando seu justo posicionamento no contexto mundial.

É igualmente uma oportunidade única de diminuir as enormes diferenças sociais e de acesso características da sociedade brasileira. Num país onde o acesso à educação básica é extremamente limitado, estamos diante da oportunidade, através dessas novas tecnologias, de popularizarmos o acesso à informação e ao conhecimento, utilizando as tecnologias de informação associadas à televisão, que está presente na maioria dos domicílios brasileiros, criando um eficaz canal de educação de massa. O acesso a essa nova economia permitirá diminuir as barreiras existentes na sociedade brasileira e como tal criar uma base maior e mais produtiva que faça com que o Brasil se torne um País de primeira grandeza no cenário mundial, e não apenas um mero figurante com grande potencial de consumo.

Assistimos a muitos seminários analisando o potencial de negócios oferecido pela Internet, dando ênfase aos aspectos tecnológicos de redes de acesso e banda larga, e com pouca atenção ao desenvolvimento de soluções de aplicação dentro dessa nova economia, sempre voltados para imitar o que está ocorrendo no exterior.

Afirmamos aqui que este momento se apresenta como uma oportunidade digital, ou, melhor, ainda, um divisor de águas digital que deve ser encarado como um projeto de país, com efeitos na educação, tecnologia e projetos industriais.

Quanto à educação, paradoxalmente, onde existe um alto nível de analfabetismo e baixo índice de escolaridade é onde há a oportunidade de dar um salto quântico, buscando criativamente soluções que nos le-

vem a dar acesso a este novo meio de comunicação e informação maciçamente, eliminando as diferenças atuais, pulando etapas.

No nível tecnológico, mais uma vez o Brasil se depara com uma oportunidade de se situar a par das últimas evoluções, pois o desenvolvimento de software se torna acessível de uma forma mais democratizada, basta criar instrumentos políticos e dirigir o foco da pesquisa tecnológica para nos tornarmos provedores, e não apenas consumidores.

No nível industrial, a inserção cada vez maior na economia global de produção facilita custos competitivos e busca inserir o Brasil cada vez mais na economia global.

Isto requer uma grande vontade política nacional, liderada pelo Executivo, porém acompanhada por toda a sociedade, e cabe também à Anatel um papel não só de estimular a competição, mas sim de como parte do Executivo criar os elementos de um plano nacional de longo alcance que propicie as condições para que o Brasil aproveite esta grande oportunidade e consiga dar o grande salto.

Afinal, não estaremos sendo originais, outros países já identificaram esse momento. O que estamos esperando?

O primeiro estágio da consolidação

TELETIME 28, JANEIRO DE 2001

O leilão das licenças para o Serviço Móvel Pessoal (SMP), bandas C, D e E, cria as condições regulatórias de incentivo à consolidação das empresas do Serviço Móvel Celular (SMC), visando na realidade estimular a concentração de empresas para ganho de escala e de competitividade, com a possibilidade de prestar serviços em âmbito regional ou eventualmente nacional.

Obviamente, é sempre um toma-lá-da-cá. As benesses resultantes desta concentração se dariam, sempre sob a apreciação e aprovação da Anatel, com a desistência de alguns direitos incluídos nos atuais contratos de concessão e com sua transformação em contratos de autorização. Ou seja, com a adesão ao regime de SMP, no caso das operadoras de SMC.

O SMP nas bandas C, D e E traz como grande diferencial uma maior faixa de frequências, e conseqüentemente maior capacidade de tráfego (recurso limitado hoje nas bandas A e B). Não traz, porém, um diferencial sensível de serviços para o usuário, já que uma efetiva implantação de serviços de Internet e dados em alta velocidade e comércio eletrônico em grande escala dependerão de regulamentações futuras para a terceira geração de sistemas móveis (3G), ainda sem data definida.

Assim, um aumento real da receita média por usuário (ARPU), fundamental para viabilizar os business plans de novas operadoras para a amortização dos investimentos necessários à cobertura nacional, é no mínimo duvidoso. Estratégias de captura de novos clientes e de migração de clientes das operadoras existentes com o aumento de oferta de serviços requerem muito mais criatividade de marketing do que tecnologia de implantação de redes e sistemas.

São comuns respostas vagas sobre o porquê de um cliente migrar do seu atual fornecedor de SMC para um novo fornecedor de SMP. Elas passam por confusas explicações sobre a 2,5G (sistema intermediário entre a geração atual e a terceira geração de telefonia móvel) e não esclarecem se haverá a disponibilidade de aparelhos celulares dual mode. Certamente isso será um desafio gigantesco para os especialistas de marketing e vai requerer paciência e visão de longo prazo dos investidores.

Não surpreende portanto que algumas empresas já tenham demonstrado sua intenção de ampliar sua atuação com a aquisição de operações já implantadas, em vez de partir para custosas instalações de novos sistemas em tecnologia que dentro em breve será convertida para a 3G. É o caso da Portugal Telecom, que decidiu pela via da aquisição da Global

Telecom, em ação consistente com declarações recentes do presidente da Telesp Celular, Abílio Ançã Henriques. É também o caso da TIM, que resolveu consolidar sua participação majoritária nas operações que já controla, com a aquisição de ações de sócios minoritários, e que ensaia disputar leilões do SMP. Foram anunciados ainda acordos operacionais entre operadoras do serviço fixo para concorrerem às bandas D e E. E outras empresas como Telecom Américas e BellSouth também estão ativas. Pode-se dizer portanto que o primeiro estágio da consolidação já está a toda velocidade.

Desenha-se um cenário de poucas empresas como no caso da Argentina, que com as licenças de PCS consolidou quatro operadoras de cobertura nacional, ou mesmo dos Estados Unidos, onde cada vez mais fusões criam maiores grupos. A mais recente delas foi a da Bell South Celular com a South Western Bell Mobility.

Será que a licitação do SMP corre risco de não conseguir repetir o estrondoso sucesso da banda B e privatização das empresas da banda A? Como não temos o recurso da bola de cristal, em breve veremos na prática.

Guerra de padrões, agora nos terminais

TELETIME 54, ABRIL DE 2003

A consciência de que somente a oferta de conteúdo criará demanda para ocupar a banda disponível nas novas tecnologias de celulares enseja o aparecimento de novas formas de trabalho. E estas podem ser as redes de desenvolvedores; clubes de desenvolvedores fomentados pelos fornecedores de tecnologia, como Qualcomm e Intel; as operadoras, como a AT&T Wireless e a Vivo/Telesp Celular; ou mesmo os fabricantes de terminais, como é o caso da Nokia.

A busca de conteúdos que possa incentivar a utilização de banda larga no mercado wireless e também por handsets mais sofisticados e, portanto, mais caros, faz com que até parcerias entre fornecedores de handsets e provedores de mídia tradicional se juntem na busca de novas formas de negócio e de receitas. É o caso da parceria da Motorola e MTV recentemente anunciada.

Os clubes de desenvolvedores, aos quais são facilitadas as ferramentas de software, em uma determinada plataforma, visam proliferar o desenvolvimento de aplicações, na expectativa que do volume nascerá a "killer application", que viabilizará a utilização dessas novas tecnologias.

É um mecanismo engenhoso, que facilita as ferramentas e oferece como atrativo algum esquema de revenue sharing sobre os resultados de uso da aplicação.

Hoje, existem essas redes de desenvolvimento associadas à tecnologia da Qualcomm com a plataforma de aplicativo Binary Runtime Environment for Wireless (BREW); Motorola e Sun com Java; a Nokia com o Symbian; a Intel com o Personal Communications Assistant Development Network para o uso do Centrino; a Microsoft; e os operadores optando por uma das plataformas, mas com modelos específicos de negócios, ou uma combinação dos mesmos.

É verdade que os modelos de negócios não estão maduros ainda, e a maior parte da receita fica com o detentor da tecnologia/plataforma e o operador, enquanto que o desenvolvedor nem sempre pagará seus custos.

A gestão de marketing de uma multiplicidade de produtos pela operadora tende a torná-la pouco focada e, portanto, os resultados acabarão sendo difusos. A gestão de marketing por quem conhece o produto e tem foco naquele produto tende a ser mais eficaz.

No modelo BREW, a Qualcomm fica com 30% da receita; a operadora leva o volume de tráfego, que não é repartido; e sobra pouco para o de-

envolvedor. Para ter sucesso, esse modelo tem que ser revisto para que os desenvolvedores tenham maiores possibilidades de ganho e possam empenhar-se mais no sucesso comercial de seus produtos.

O universo de aparelhos que terão altas prestações deve inicialmente ser inferior a 10% do mercado, portanto as oportunidades de negócio levarão muito tempo para amadurecer.

A verdade é que em dados no mundo wireless apenas short messaging service (SMS), ringtones e jogos tiveram algum sucesso comercial, e apesar da disponibilidade de banda larga de até 144 Kbps (sic), a receita de voz ainda corresponde a 98% da receita total das operadoras. Fica difícil neste cenário visualizar como as operadoras recuperarão os investimentos em 3G e quando.

No meio de um cenário confuso e de busca de alternativas e soluções, com a clara compreensão de que conteúdo é a questão chave, a idéia sensata de multiplicar a população de desenvolvedores é um possível caminho.

Mas aí manifesta-se novamente o comportamento tradicional da indústria que, em busca da dominação do mercado, gera uma proliferação de plataformas e padrões de aplicativos.

É como se a vitória de 3G fosse uma batalha entre CDMA e GSM, esquecendo-se do principal que é a falta de aplicações que justifiquem a própria existência dessas tecnologias.

A batalha entre os padrões, notoriamente BREW e Java, mas também das plataformas, com certeza não favorecerá, no curto e médio prazo, o surgimento de conteúdos para ocupar de forma significativa toda a banda disponível em 2,5G ou 3G.

Ao mesmo tempo que as associações internacionais tentam estabelecer padrões únicos para o futuro, como o UMTS ou w-CDMA, conscientes de que só a massificação e globalização justificam novos investimentos e novas tecnologias, as empresas têm uma recaída com a definição de aplicativos e plataformas proprietárias que seguramente terão apenas uma fração de mercado em detrimento de um padrão único.

É uma nova vertente tecnológica, sem fronteiras, pois as aplicações serão desenvolvidas em qualquer lugar do mundo para utilização também em qualquer lugar do mundo.

Considerando que conteúdo é a questão básica da utilização de banda larga, wireless ou não, é uma oportunidade para o Brasil, o qual declaramos ter uma enorme capacidade de invenção e desenvolvimento de aplicativos. A verdade é que nos preocupamos mais em regulamentar o passado do que ajudar a forjar o futuro.

NGN, aos poucos, encontra espaço

TELETIME 64, MARÇO DE 2004

O setor de telecomunicações é perito na criação de siglas, as quais, na mesma velocidade em que são criadas, caem em desuso, são esquecidas. Quando associadas a novas tecnologias, nem sempre essas novas siglas têm a sua introdução no tempo certo das necessidades de mercado. A próxima geração de redes (NGN, na sigla em inglês) marcou os últimos anos como uma arquitetura a ser implantada que teria um impacto da mesma ordem que a introdução das CPAs digitais ocorrida nas décadas de 80 e 90 do século passado.

A motivação de mercado, no caso da NGN, foi a convergência de redes de voz e dados, associada a uma explosiva demanda de tráfego de dados, expectativa criada pela bolha da internet que não ocorreu nos prazos previstos na época. Em decorrência, a NGN, que foi desenvolvida para ser uma tecnologia de substituição acelerada das redes de telecomunicações, ficou à deriva em busca de aplicações.

A sigla NGN é amplamente utilizada em toda aplicação que trabalha sob o protocolo IP tanto para comutação de voz e dados quanto para transporte. Mas, apenas a redução das necessidades de infra-estrutura nos prédios, dos custos de transporte em IP e de operação e manutenção não bastavam para viabilizar a substituição de rede. Assim, o discurso mudou e a nova tecnologia passa a ser uma solução de evolução de redes e de redução de custos.

Para as operadoras fixas aparecem como oportunidade três situações: a introdução de novos serviços, sempre justificados pela receita adicional que deverão trazer; a atualização de redes em áreas onde esses serviços não são possíveis, devido à obsolescência tecnológica das redes tradicionais; e a incursão em aplicações corporativas fora das áreas onde são incumbents.

A possibilidade do uso de media gateways (softswitch) e roteadores facilita a implantação de novos serviços de maneira econômica que, de outra forma, exigiriam grandes investimentos nas redes tradicionais. Por outro lado, a utilização de backbones IP para redução de custos de transmissão é uma prática usual.

A verdade é que, para os fornecedores, os volumes estão bem abaixo do necessário para manter os níveis de investimento em pesquisa e desenvolvimento dessas novas tecnologias e aplicações. Talvez, as soluções para atender as metas de universalização até 2005 sejam uma oportunidade, se houver a tecnologia apropriada. Por enquanto, as metas de

qualidade da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), os novos serviços, a universalização, banda larga e expansão para as áreas onde não têm concessão são os motes de investimento para as operadoras.

Uma nova perspectiva se abre com o mercado wireless onde, apesar dos investimentos feitos no ano passado, e ainda por fazer este ano e em 2005, na migração da tecnologia TDMA para GSM ou CDMA, começam os primeiros passos para a utilização de NGN. A redução dos custos de transmissão é o primeiro motivador. Porém, a necessidade de introdução de novos serviços com intervalos cada vez menores faz com que os media gateways encontrem espaço nas móveis.

Outra possibilidade surge com as consolidações, em toda a América Latina, onde operadoras adquiriram grandes bases de assinantes mas com redes antigas e arquiteturas não otimizadas. Assim, o mercado de consolidação das redes móveis é uma oportunidade para as soluções NGN e nota-se um crescente interesse em conhecer as ofertas dos diferentes fornecedores.

O mundo do protocolo IP, aplicado às redes públicas de telecomunicações, começa a viabilizar-se. Alguns problemas precisam ser resolvidos tais como a confiabilidade dos equipamentos e a segurança dos protocolos. São áreas que ainda requerem muito trabalho e atenção. As redes de telecomunicações sempre se caracterizaram por altíssima confiabilidade, nunca alcançada pelas redes de computadores. O protocolo IP não é imune à fraude ou aos hackers, o que torna as redes IP mais vulneráveis e, portanto, limita a disposição das operadoras de embarcar totalmente no mundo NGN.

No futuro, dentro de dez anos, a substituição por NGN é possível, como consequência da falta de evolução das tecnologias atualmente dominantes e do alto custo de manutenção de uma planta antiga. Isso, associado ao uso intensivo de NGN como evolução das redes e introdução de serviços, torna as redes de nova geração uma opção natural.

O fato é que tecnologia pela tecnologia pura não é razão para investir ou gastar dinheiro como na época dos grandes monopólios estatais. As operadoras privadas estão muito conscientes da necessidade de análise de retorno sobre o investimento (ROI) para qualquer investida ou gasto, sendo que cada projeto requer seu business case e retorno adequado.

A NGN, aos poucos, encontra seu espaço e parece que veio para ficar. É somente uma questão de adaptação e adequação às possibilidades de mercado e a ajustes futuros. A otimização das redes wireless e a regulamentação do Serviço de Comunicações Digitais (SCD) abrem novas oportunidades, sem dúvida.

Os terminais e o sucesso das tecnologias

TELETIME 67, JUNHO DE 2004

Com a massificação do mercado de telefonia fixa e celular, o core da rede ganhou extrema complexidade, porém em termos de custo tornou-se bastante acessível, chegando a valores irrisórios nas grandes contratações de universalização das redes fixas, assim como mais recentemente, nas redes overlay das operadoras celulares.

A viabilização dos investimentos em sistemas de telefonia, fixos ou móveis, passa mais pelo custo da rede de acesso e dos terminais associados, do que no caso do core das redes. É verdade que os modernos sistemas e os novos serviços exigem cada vez mais plataformas especializadas e sofisticados sistemas de billing. Estes custos não são recorrentes e podem até ter uma parcela importante com progressivas licenças de software, mas comparados à uma extensa rede de milhões ou dezenas de milhões de assinantes, a capilaridade e a cobertura é que representam os investimentos cada vez mais intensos e, muitas vezes, até renováveis ou recicláveis e que afetam diretamente a rede de acesso.

O maior ou menor desenvolvimento de serviços ou de certas redes estará diretamente ligado à disponibilidade, custo e atratividade dos terminais. Ao longo dos últimos 30 anos já houve exemplos de tecnologias que exigiram investimentos imensos no core, mas que não tiveram êxito comercial de nenhuma natureza devido à falta de terminais adequados a um custo compatível com o que os consumidores estão dispostos a pagar. O caso mais conhecido é o da RDSI, que pela falta de terminais de baixo custo, acabou sendo conhecida como “uma solução em busca de um problema”. As próprias redes ATM para serviço público, que num determinado momento pareciam ser a solução final para dotar a rede pública de banda comutada, ficaram sem uso por não gerar novos serviços e não terem terminais adequados a custo baixo.

Na história mais recente das telecomunicações temos a utilização de aparelhos celulares fixos para aplicação rural, que pelo preço total da instalação e o modelo tarifário, ficaram inviabilizados. As aplicações de WLL também tem como limitação o custo dos terminais, limitados pelos volumes que estão na escala de dezenas de milhares. A aplicação de CDMA em 450 MHz, embora seja uma idéia brilhante de utilização de uma faixa de frequências que está sendo paulatinamente desocupada, tem como limitação o alto preço dos terminais. A tecnologia DECT, que

há dez anos era uma aposta para redes de mobilidade restrita, foi abandonada igualmente pela falta de terminais.

A expectativa de que o mercado de telecomunicações passe por uma mudança de maiores proporções, com a adoção de voz sobre IP (VoIP) de forma massiva, é muito dependente da oferta no mercado de terminais de custo barato. Hoje os softphones para uso corporativo ainda são considerados caros, e não viabilizam projetos de substituição das tecnologias digitais já consagradas. A tecnologia de redes e de acesso está disponível e é oferecida por todas as operadoras, porém sua massificação está ligada diretamente aos custos dos terminais, não só no mercado corporativo, mas também no mercado residencial.

O caso de sucesso é sem dúvida o dos aparelhos celulares, um mercado de varejo e de massa, principalmente para a tecnologia GSM, com o CDMA evoluindo aos poucos em busca de um maior market share. Nesse mercado encontram-se aparelhos de todos os custos e funcionalidades, aparelhos para todas as classes, gostos e gastos. Foram os fabricantes de handsets que decidiram o fim do TDMA, ao determinar que não continuariam a investir em mais uma tecnologia.

Há uma base de mais de um bilhão de handsets celulares no mundo, um mercado enorme seja pela taxa de renovação e troca de cerca de 20% ao ano, seja por obsolescência, seja por moda, ou por novos serviços ofertados. Ao contrário dos terminais fixos que raramente são trocados, porque não tem diferenciais e funcionalidades, embora já existam alguns operadores fixos ofertando terminais com cara e funções que lembram um celular.

De fato o mercado de telefonia móvel, que assumiu a característica de ser um mercado de massa, é altamente dependente dos terminais e portanto, da vontade e estratégia dos fabricantes desses terminais. Os handsets são, ao mesmo tempo, os impulsionadores e os inibidores da evolução das tecnologias e dos serviços.

Wi-Fi: qual é o negócio?

TELETIME 73, DEZEMBRO DE 2004

O Wi-Fi (Wireless Fidelity, ou acesso em redes locais sem fio) se apresenta no mercado como uma nova tecnologia que poderia modificar os paradigmas do negócio de telecomunicações. Ainda mais agora, com a possibilidade de uso dessa tecnologia para transmissão de voz, no caso, o uso de VoIP (voz sobre IP) sobre Wi-Fi.

Desde o seu surgimento, há cerca de três anos, como uma solução tecnológica para dados em alta velocidade em redes locais sem fio, desenvolveu-se como solução para hot spots, e várias tentativas já foram lançadas com relação à sua integração com redes de telefonia fixa ou com as operadoras móveis. Em ambos os casos, as tentativas foram limitadas aos hot spots das próprias operadoras, devido às grandes dificuldades de integração com hot spots operados por terceiros, não no que diz respeito à rede de acesso wireless, mas sim na parte de integração de negócio, cobrança pelos serviços e repartição adequada e justa das receitas.

Como qualquer outro, um serviço de rede local wireless tem que ser cobrado, e para tanto requer a identificação do usuário e a medida da sua utilização em tempo ou volume de dados trafegado, e isto requer sistemas de controle e arrecadação de back office cuja integração é mais complexa do que as questões, hoje já resolvidas, do domínio wireless do acesso.

A tecnologia está disponível, já conseguiu evoluir no aspecto de segurança, e como atrativo de negócio, conta com uma grande vantagem que é a de utilizar faixas de espectro que não requerem licenças. As variações de WiMAX (Worldwide Interoperability for Microwave Access) e as soluções de redes Wi-Fi para cobertura metropolitana trazem novas possibilidades tecnológicas.

Porém, saber qual é o negócio é a questão fundamental. É um serviço de telefonia móvel, que ocupará o espaço e a razão de ser das redes celulares 3G, ou é apenas uma extensão e complemento dos serviços móveis? Será que na versão de cobertura metropolitana, com voz e dados, se converterá num competidor para as operadoras incumbents de redes de cabos e ADSL?

A verdade é que na medida em que os hot spots aumentam em quantidade e, em alguns casos, também em extensão, como ocorre com os campus universitários cobertos por redes Wi-Fi, sempre fica a questão

de quantos usuários estariam dispostos a pagar por esses serviços. Na maior parte das vezes, os interessados poderiam contar como uma opção das assinaturas de serviços wireless já contratadas, nos casos das redes GPRS ou EV-DO. Ou seja, mais um serviço, mais uma conta e mais algumas senhas para login desses serviços não parece ser muito prático do ponto de vista operacional e nem atrativo economicamente.

A tecnologia Wi-Fi está aí, em maturação como rede de acesso, inclusive com seu próprio fórum para fomentar negócios. Porém, ainda parece ser apenas um negócio de nicho e não uma nova revolução na forma como se faz negócios em telecomunicações. Um dos possíveis problemas para a sua grande disseminação é a falta de terminais VoIP sobre Wi-Fi que sejam verdadeiramente portáteis e baratos. Mas ainda não existe demanda em volume. Na verdade, é uma tecnologia que se caracteriza como competidora da mobilidade dos serviços celulares. As redes Wi-Fi com células não são projetadas para permitir a mesma mobilidade que as redes 2,5G e 3G das operadoras móveis.

Sem dúvida, a sua utilidade é inegável, mas ainda falta uma aplicação que justifique um desenvolvimento em volume. Uma possibilidade que merece atenção são as redes experimentais que algumas cidades nos Estados Unidos desenvolvem como investimento de suas prefeituras, para efeitos de segurança, e que permitem que todas as entidades associadas à segurança pública tenham acesso a informações de vigilância e acesso em tempo real aos bancos de dados públicos, o que possibilita a ação muito mais eficaz da polícia em zonas metropolitanas importantes.

Metrópoles do mundo cobertas por tecnologia Wi-Fi são, claramente, o sonho dos defensores desta tecnologia, pois finalmente teriam encontrado um enorme potencial de mercado que criaria as condições para preços competitivos e a disseminação desta tecnologia no mercado.

Realidade ou ficção, este é um cenário que suscita várias questões. Para os negócios de telecomunicações, a questão principal é que, no momento em que as metrópoles tiverem redes públicas Wi-Fi aptas para voz e dados de alta velocidade, essas redes ficarão à disposição dos prestadores de serviços de telefonia? Em que termos e condições? E o que acontecerá com as incumbents e suas redes construídas ao longo de dezenas de anos? Será o caos ou uma revolução nos serviços. A redução de custos dos serviços não pode ser um objetivo em si mesmo pois, a partir de um determinado valor de tarifas, a própria prestação do serviço estará comprometida.

MVNOs: elasticidade ou canibalização?

TELETIME 87, ABRIL DE 2006

O mercado de comunicações móveis tem se caracterizado pela concentração, com um movimento de fusões e aquisições em busca de escalas, sendo que a mais recente é a da AT&T com a Cingular, criando a maior empresa de serviços móveis dos Estados Unidos. As pequenas empresas desaparecem e algumas médias resistem bravamente a incursões de aquisições, casos da US Cellular e Alltel.

No Brasil, o padrão se repete e temos hoje um panorama de concentração de mercado com quatro grandes empresas com cobertura bastante extensa, sendo uma com cobertura nacional e quatro pequenas e médias com cobertura regional ou local - a expectativa é grande quanto à sua aquisição por outros grupos em futuro próximo, como no caso de Telemig e Amazônia Celular.

A característica de todas essas prestadoras de serviços é que elas atuam com a mesma oferta de voz, dados e serviços de valor agregado para todo o mercado em sua área de cobertura, sendo três a quatro competidores em cada área de atuação. A competição se caracteriza no subsídio de entrada, ao comprar o seu primeiro aparelho, nos planos de serviço para os pós-pagos e nas promoções pontuais para estimular a recarga dos pré-pagos. Fica sempre no ar uma dúvida sobre a concorrência real na tarifa minuto, pois ela é disfarçada na forma de apresentação dos planos tarifários. Com uma receita média por usuário (Arpu) oscilando entre R\$ 20 e R\$ 35, na média, a pergunta é: existe espaço para mais competidores?

Por um lado, a Anatel segue tentando vender as sobras não vendidas nos leilões das bandas D/E, ou mesmo as bandas devolvidas ou a serem devolvidas como resultado das migrações para o serviço móvel pessoal (SMP), e as fusões e aquisições ao longo destes anos.

Por outro lado, há o interesse de grupos nacionais e estrangeiros visando à entrada nesse mercado como operadores virtuais em redes de terceiros. É uma forma bastante barata de entrar num mercado, uma vez que não tem que fazer investimentos vultosos em rede e cobertura. Basta conhecer o mercado alvo, preparar-se com um marketing adequado aos objetivos do negócio e ter uma boa estrutura de back office.

As MVNOs apresentam cases de sucesso nos Estados Unidos e Europa, e existem estudos que indicam um potencial de crescimento importante, podendo representar mais de 10 milhões de usuários em três anos.

A questão é: trata-se de crescimento ou de canibalização deste mercado?

No Brasil e América Latina, onde esta atividade, à exceção da Bolívia, não é regulamentada, é importante que as agências reguladoras não caiam na tentação de fazer com que a introdução das MVNOs seja uma oportunidade com o objetivo de estimular a concorrência, canibalizando o mercado.

As prestadoras de serviços móveis fizeram altos investimentos ao longo destes anos. Assim, devemos desde já combater qualquer posicionamento no sentido de estimular a competição via MVNOs. Isso não quer dizer que o modelo de revenda de airtime adotado pelas MVNOs não possa ser implantado e aproveitado no mercado latino-americano. Qual a elasticidade do mercado e qual o modelo? Os nichos de mercado são a resposta, pois todos ganham. As prestadoras de serviços atendem hoje de 10 a 20 milhões de usuários, e embora tenham segmentação para empresas, com alguma conotação regional, a maioria da decisões é tomada para toda a base.

A criação de operadoras virtuais permitiria maximizar a receita a ser auferida em mercados nicho, e como o airtime será adquirido das incumbents, não haverá canibalização da receita das prestadoras de serviço móvel, pois o tráfego será incrementado com o advento da operadora virtual de nicho de mercado, sem onerar o sistema de billing e serviço de atendimento das incumbents. É uma situação em que ambas as partes são ganhadoras.

O segredo é achar esses nichos, e há muitas consultorias se especializando em preparar business case e planos de negócio para atrair investidores que queiram operar essas operadoras virtuais. Uma idéia que não deve ser descartada é a experiência dos bancos que criaram grifes separadas para atender clientes de maior potencial, como no caso do Personalité, Prime, Uniclass e outros. A criação de operadores virtuais poderia ser até uma forma das operadoras incumbents virem a explorar mercados de nicho, buscando maiores receitas.

Por enquanto tudo isto são puras conjecturas, pois a situação de vazio regulatório que estamos atravessando pela indefinição do papel da agência reguladora, a regulamentação de um novo serviço, ou modalidade de serviço, é algo que vai se arrastar muito tempo. Só nos resta torcer para que ao voltar sua atenção para esta modalidade de operadores virtuais, a agência reguladora não se incline para um modelo de obrigações e condições que engessem mais esta modalidade de negócios. Por outro lado, se não houver uma regulamentação o mercado achará caminhos para se organizar, pois está visto que na ausência da agência o mercado vai criando condições para seu desenvolvimento e a implantação de novas tecnologias e modelos de negócios.

Chegou a hora da 3G

TELETIME 97, ABRIL DE 2007

É um tema que tem várias leituras: a do mercado, a dos operadores, a da tecnologia de rede disponível, custo e disponibilidade dos terminais, oferta de serviços e a dos reguladores.

Há pelo menos dois anos que a regulamentação do serviço e o leilão das frequências para 3G ocupam o temário das prioridades para o ano presente e entrante da Anatel, e é tema constante em seminários e da imprensa especializada. O interesse do governo era de acelerar o processo e as operadoras preferiam retardá-lo para 2007, pensando em completar seu ciclo de investimentos em redes 2,5G, em curso na época.

Pois é: 2007 chegou, e há unanimidade de que é chegada a hora da 3G. Em Barcelona, em fevereiro, ficou evidente que 3G não é mais uma experiência, com cerca de 100 redes HSDPA em operação em diferentes continentes, cerca de 100 milhões de assinantes 3G no mundo e uma oferta de terminais já significativa não há como discutir a realidade desta tecnologia. A tendência é que a 3G venha a se tornar nos próximos dois anos o principal foco de investimentos de terminais e serviços. A consequência é que as operadoras que não migrarem suas redes para a nova tecnologia podem ter dificuldades de manter seus clientes de maior Arpu (receita média por usuário) individuais e corporativos.

Com as incertezas de sempre, parece que estamos dando um passo à frente no caminho para regulamentar e implantar os serviços de 3G no Brasil. Depois de dois anos de estudo e análise, uma seqüência de ações da Anatel levará até o leilão das frequências do IMT 2000. Antes, deve ser feito o leilão das sobras das bandas de 900 MHz, 1.800 MHz e 1.900 MHz, já em processo de consulta pública; em seguida a consulta pública para 3G, além de sua regulamentação final. No ritmo em que estes processos têm-se desenrolado, deve ocorrer no último trimestre deste ano ou no primeiro de 2008.

Desta vez, fala-se em um novo conceito de licitação por metas e preço, que seguramente passará por longas discussões com o TCU para aprovação prévia de critérios, podendo atrasar ainda mais este processo e retardar a eventual entrada de novos operadores. Beauty contest, ou sanção premial, conceito de leilão onde não existe apenas a decisão por preço e vários outros critérios entrariam em jogo, é uma boa direção. Levamos tanto tempo para definir que temos a obrigação de fazer bem feito.

A situação de fato é que as operadoras que já atuam no mercado

usem as faixas de frequência em que já têm licença para iniciar a implantação de redes WCDMA, oferecendo em 2007 serviços 3G. Várias operadoras já fizeram pilotos experimentais e empresas regionais como a América Móvil e Telefónica Movistar concluem a seleção de seus fornecedores para entregas ainda neste ano. No final de 2007 teremos redes 3G operando, à espera de aplicações e serviços que justifiquem o interesse neste novo salto tecnológico.

Várias questões são colocadas como parte deste debate: qual seria o número ideal de operadoras por área. A rede será instrumento de inclusão digital? Uma única operadora de 3G em nível nacional ou uma por região? Esta discussão já deveria ter ocorrido nos últimos dois anos.

Outra questão válida, e que também caberia, é se a Unicel, última licenciada para São Paulo, deveria investir (ou alugar de terceiros) diretamente numa rede WCDMA para ter um diferencial sem ter que passar obrigatoriamente por uma rede GSM convencional, tentando simular o efeito Hutchinson na Europa. Na Itália, a H3G (marca da Hutchinson) é um caso de sucesso de uma empresa que entrou direto na nova tecnologia, sem sistemas legados, conquistando uma presença importante no mercado e acarretando uma mudança de comportamento e estratégia nas operadoras incumbents para defender sua quota de mercado.

Não há dúvida de que o Brasil é um País caudatário nos processos tecnológicos e que há tempos desistimos de conquistar alguma relevância nas definições de para onde vai a tecnologia no mundo. Também é verdade que todas essas novas promessas tecnológicas dependerão, para ter sucesso, da escala de mercado e de produção de terminais, haja vista que o CDMA não decolou mundialmente por não alcançar uma escala competitiva. A aposta do dia é pelo WCDMA, e a mesma questão se coloca para o WiMAX.

Chegaremos em 2020 com mais de 200 milhões de celulares, maior penetração nas classes D/E e a inclusão digital resolvida. Todos serão 3G ou 4G, com um misto de tecnologias, permitindo um máximo de comunicação com o mínimo custo, quer esteja fazendo chamadas móveis, fixas, de ramal, usando Wi-Fi, WiMAX, HSUPA ou LTE. Isso faz com que a discussão da tecnologia seja totalmente irrelevante, mas de grande importância enquanto viabilidade dos negócios e necessidade de contínuos investimentos que permitam que essas facilidades sejam trazidas ao usuário pela iniciativa privada e permitam assim o desenvolvimento econômico e social, uma vez que, se depender do governo, não terá a menor chance.

Concentração é solução para quem?

TELETIME 110, MAIO DE 2008

A fusão da Oi com a Brasil Telecom impacta o noticiário e o mercado, e seus aspectos positivos e negativos terão repercussões para os próximos 20 anos das comunicações no Brasil. Só este fato leva a questionar se a discussão em relação às modificações que estão sendo propostas para adequar o Plano Geral de Outorgas (PGO) serão levadas com isenção e sem o viés político e fisiológico para que não deixemos para os próximos 20 anos uma herança indesejável.

O mercado de telecomunicações é uma das jóias da coroa em termos dos valores que movimenta e da geração de impostos. É razoável a vontade política de ter uma presença nacional importante no setor e que possa ser utilizada eficazmente no estímulo à tecnologia nacional, à produção local e mesmo projetar uma presença brasileira além das nossas fronteiras. O modelo adotado para a privatização das telecomunicações propiciou a dominância de capitais estrangeiros, com centros de decisão fora do País, o que diminui a massa de manobra em relação ao fomento das atividades industriais e de geração de tecnologia. A criação da supertele não vai estimular a concorrência em benefício dos usuários, pois nas suas áreas de concessão terá um monopólio de fato na telefonia fixa e uma posição privilegiada na banda larga levemente ameaçada pelas operadoras de TV a cabo. Quanto ao celular, o mercado já tem três operadores dominantes por área com uma disputa bastante acirrada e a entrada de um quarto entrante não deve modificar essa configuração.

A busca de mecanismos de fomento à indústria, criação de conteúdos e de serviços, além da tecnologia farão esta iniciativa ser mais abrangente do que apenas o interesse de seus acionistas. A concentração do mercado é um fato, independente da fusão da Oi com a Brasil Telecom. Do lado das operadoras temos dois grupos estrangeiros dominantes - a Telefónica e o Grupo Carson, do México - onde a supertele despontaria como uma terceira força. Do lado dos fornecedores as recentes fusões da Nokia com a Siemens e da Alcatel com a Lucent resultaram em uma drástica redução dos players no mercado de infra-estrutura e fornecimento de equipamentos de rede onde são no máximo cinco players ativos. O mesmo ocorreu nos sistemas informáticos com a consolidação de fornecedores de grandes sistemas de ERP, de billing e suporte. Os mercados de serviços e conteúdo ainda não passaram por uma consolidação e talvez sejam os próximos candidatos.

A concentração do mercado traz um maior poder de compra de poucas empresas, com o achatamento dos preços corroendo as margens em todas as etapas da cadeia de valor da indústria, e paradoxalmente, embora o setor movimente uma quantia impressionante de recursos, a repartição das margens não é equitativa pela cadeia de valor da indústria.

Por um lado, o mercado é das operadoras que detêm a receita dos usuários e a distribui para a indústria. Na outra ponta estão os fornecedores de handsets que têm a garantia da reposição anual de algumas centenas de milhões de aparelhos por ano, fora a expansão de demanda com o crescimento da base. Os outros players relevantes são a mídia e os fornecedores de conteúdo. Acabou-se o protagonismo dos fornecedores de infra-estrutura, pois tecnologia virou commodity e não há mais “fidelização” dos operadores, com o ciclo de fornecimento e implantação cada vez mais curto, inclusive colocando em risco a própria evolução tecnológica dinâmica, característica do setor.

O mesmo se aplica aos fornecedores de serviços, onde as oportunidades relacionadas com implantação e roll out são muitas, mas consequentemente de curta duração. As oportunidades de mercado ficam com a terceirização de atividades relacionadas com a operação, otimização e qualidade das redes, que são permanentes e incentivadas pela crescente necessidade das operadoras de mostrarem indicadores melhores para seus acionistas e as bolsas de valores.

Com este quadro sobra pouco ou nenhum espaço para a supertele incentivar o desenvolvimento de tecnologia e produção e serviços locais, pois vai precisar mostrar resultados que atendam as expectativas de mercado. Privilegiar a cadeia de valor de fornecedores e tecnologia nacional vai na contramão da globalização e da concentração de fornecedores e de mercado, e é uma providência talvez tardia e extemporânea.

Assim falta esclarecer quais as razões para facilitar ou incentivar esta fusão. Os interesses de cunho político ou nacionalistas, como ser grande, enfrentar a competição e expansão internacional, não parecem razões suficientes. Se tecnologia e emprego são levadas em conta, cabe mais uma vez ao governo em nome do Estado usar mecanismos a seu dispor para fomentar o emprego e a tecnologia nacional. A questão é como fazê-lo sem discriminar os demais operadores que aqui estão. É o risco do imprevisto em lugar do planejamento com visão de longo prazo.

Fusões e aquisições: o dia seguinte

TELETIME 113, AGOSTO DE 2008

Um ano depois de uma grande onda de fusões e aquisições já podemos avaliar sucessos e fracassos. Desde 2004 assistimos a um movimento continuado de fusões e aquisições, buscando escala e aumento de rentabilidade para os acionistas. Abaixo, repassamos algumas delas e seus resultados visíveis, uma oportunidade de aprendizado.

Nos Estados Unidos, o real benefício da compra da Nextel pela Sprint foi colocado em dúvida após três anos e fala-se na venda dos ativos da Nextel, que poderia ser ainda um bom negócio para o mercado corporativo. Isso indica que a Sprint não soube desenvolver uma estratégia para maximizar sua presença nesse segmento aproveitando a base da Nextel que era bastante significativa. A mesma Sprint em 2007 lança o projeto de WiMAX e se associa com a Clearwire, outra operadora dedicada a dados e ao mercado mais periférico. Porém, pouco depois, devido aos maus resultados apresentados pela Sprint, desmembra a operação de dados, baseada na tecnologia WiMAX, em empresa independente, da qual é acionista e vai operar com o nome da Clearwire, deixando de lado sua marca. A Sprint não parece estar acertando nas suas cartadas, o que coloca inclusive em xeque a própria sobrevivência do WiMAX como estratégia coexistente com uma rede CDMA-EVDO.

No Brasil, em 2004, foi a vez da Telmex adquirir a Embratel, que havia recém adquirido a Vésper. Em seguida, em 2005, investiu na Net. Mas só três anos depois é que começou a exercitar a estratégia delineada no momento da aquisição. A expectativa era de que a Telmex entraria muito forte e rapidamente no mercado, mas não foi isto que ocorreu possivelmente pelas dificuldades de atualização das redes e das empresas que levou três anos de investimentos e alinhamentos societários, regulatórios e de organização. É verdade que a presença da Embratel e da Net no mercado neste momento é interessante e começa a incomodar as operadoras fixas incumbentes na sua área de atuação. E merece atenção, se considerarmos o início de operação das redes WiMAX da Embratel, aproveitando as licenças adquiridas no leilão anterior, embora o retorno para os acionistas não seja o esperado de início.

Entre os fornecedores houve parcerias na área de terminais. Algumas de sucesso, como a da Ericsson com a Sony, e outras frustradas, como a envolvendo a Siemens e a BenQ. A necessidade de volume e os altos custos de desenvolver tecnologia motivaram duas grandes fusões

em 2006/2007: a Alcatel com a Lucent, e a Siemens com a Nokia. Após quase dois anos já se percebe que a Alcatel Lucent não se desenvolveu conforme a expectativa dos acionistas, enquanto a Nokia Siemens Network está caminhando de uma forma mais promissora.

O modelo inicial adotado pelas organizações é o do desenvolvimento orgânico, onde através de seus próprios recursos vai se agregando mercados e tecnologias, aumentando seu marketshare e a contribuição para os acionistas. Entretanto, a pressão da concorrência, acirrada com a entrada das empresas chinesas no mercado mundial, e o ciclo de vida cada vez mais curto dos produtos com o conseqüente desenvolvimento e oferta das novas tecnologias, tornam cada vez mais proibitivos os investimentos em novos produtos. A primeira opção é a compra de empresas menores que agregam produtos e tecnologias. Outra é busca de mercados ou ainda marketshare. Exemplo de sucesso do primeiro caso é a Cisco que sistematicamente vai adquirindo empresas menores de nicho, aumentando a sua oferta de produtos e tecnologias. No segundo caso são típicas as operadoras de telefonia celular que, através da aquisição de empresas, vão aumentando ou mantendo o seu marketshare como a AT&T nos Estados Unidos, Claro, Vivo e BrOi aqui no Brasil.

De qualquer maneira, a primeira motivação das empresas e de seus acionistas no desenho de um projeto de fusão ou aquisição é a busca de um salto no tamanho da empresa, face a exaustão do modelo de crescimento orgânico inicialmente adotado.

São vários os elementos que podem levar ao fracasso ou sucesso de uma fusão, joint venture ou aquisição. Estes fatores se distribuem em diferentes estágios ou etapas iniciais do projeto e da execução em seguida. A complementaridade das linhas de produtos é essencial e sem dúvida é parte do sucesso da Nokia Siemens e possível razão de fracasso da Alcatel Lucent. O choque de cultura das organizações às vezes faz com que se desperdicem os melhores valores de mercado ou humano das empresas adquiridas. A sabedoria no aproveitamento das marcas fortes, que às vezes é o maior ativo da empresa adquirida, pode implicar o desperdício de um alto investimento sem o retorno adequado.

Mas o fato é que a onda sempre continua e novas fusões e aquisições estão ocorrendo ou sendo anunciadas, como a Vivo que adquiriu a Telemig e a Oi com a Brasil Telecom, em que talvez interesses políticos se sobreponham aos interesses empresariais. Quais as chances de dar certo e de que 1+1 seja 2 e não < 2 é algo em que poucas vezes se faz o balanço.

Cada vez mais próximos

TELETIME 124, AGOSTO DE 2009

Passaram-se 20 anos desde as primeiras operações de TV por assinatura no Brasil, e mais de dez anos de privatização das telecomunicações, e este ano já não existem mais fronteiras, de fato, entre os dois serviços, telefonia e TV paga. A situação faz com que os operadores tenham encontrado artifícios regulatórios, de propriedade e de atuação no mercado, para que os grandes players em ambos os mercados estejam fazendo de tudo, ou seja, oferecendo os dois serviços.

Tanto operadores tradicionais de televisão quanto os de telefonia oferecem voz, banda larga e TV por assinatura usando as todas as tecnologias disponíveis: cabo, MMDS, DTH, packetcable, SIP, ADSL e mesmo WiMAX (ainda de forma experimental). Há ofertas de velocidades altas e pacotes triple play bastante atrativos em preço, o que demonstra que há uma briga forte pela banda larga, e que em última instância traz o assinante de voz, que ainda é uma fonte de receita e margem apreciável.

Tanto operadores tradicionais de televisão quanto os de telefonia oferecem voz, banda larga e TV por assinatura usando as todas as tecnologias disponíveis: cabo, MMDS, DTH, packetcable, SIP, ADSL e mesmo WiMAX (ainda de forma experimental). Há ofertas de velocidades altas e pacotes triple play bastante atrativos em preço, o que demonstra que há uma briga forte pela banda larga, e que em última instância traz o assinante de voz, que ainda é uma fonte de receita e margem apreciável.

A Sky é a única operadora de TV pura, mas está buscando seu caminho para a banda larga própria ou pela via do melhor uso da faixa de MMDS, com o WiMAX, ou mesmo com a aquisição de licenças de WiMAX na faixa de 3,5 GHz, como é o caso de vários países da América Latina e possivelmente no Brasil, quando houver novas licitações. Para o caso de voz, encontrou saída criativa de parceria com a Brasil Telecom e com a Oi, comprometida com as investidas das operadoras em TV paga. A aposta agora é a GVT e a TIM.

O setor de TV por assinatura, agrupado debaixo da ABTA, se caracterizou ao longo dos anos por um duopólio. As tentativas de aumentar o número de empresas promovidas pela Anatel nunca tiveram êxito, nem com aumento do número de licenças e nem as tentativas de colocar mais de um operador por cidade, à exceção dos grandes centros.

O mercado de TV paga é um mercado que requer grandes investimentos e que se formou não com capital próprio, mas sim com capital de terceiros. Inicialmente com empréstimos no mercado internacional, na expectativa de um retorno em múltiplos semelhante aos do mercado americano. Não se atinou, contudo, para a alta penetração da TV por assinatura nos Estados Unidos e a rápida evolução das tecnologias já em outra fase. Mais recentemente, partiu-se para o levantamento de capital de risco na bolsa de valores.

O insumo principal para a TV por assinatura é a programação. O

Brasil sempre teve um custo maior para a programação fornecida pelos estúdios internacionais, devido à necessidade de traduzir os programas para a língua portuguesa (dublado ou legendado) e estabelecer sinais e grades locais, pela mesma razão.

Na América Latina, o total de assinantes é muito maior, de modo que este custo ficava menor por assinante, tornando o serviço mais acessível. A programação regional continua limitada, e o grosso das grades é de programação traduzida ou legendada. Existe ainda muito espaço para programação local e, com o advento da TV digital, pode ser uma oportunidade para o incentivo de produção regional que será distribuída pela TV por assinatura também.

À semelhança do mercado de telefonia e comunicações móveis, a questão da escala se tornou importante na TV paga, para poder absorver os custos de operação, levantar os recursos necessários para investimento e expansão do serviço. Ao mesmo tempo, tamanho significa muito em poder de compra para conversores e para programação.

A questão da TV por assinatura no Brasil está ligada a uma questão de preço, que limita seu acesso a classes com maior poder aquisitivo. Mas talvez a maior diferença em relação à América Latina é que a TV aberta no Brasil é de boa qualidade, satisfazendo às necessidades de entretenimento, notícias e esportes da maioria da população, além de ter uma cobertura nacional. À semelhança de outros mercados de varejo, só uma redução drástica de preços e sua oferta em pacotes variados ou à la carte poderá aumentar esta penetração.

Mas, nesse caso, será que valerá a pena? Será que é negócio? Vale lembrar que o custo da programação não vai se reduzir significativamente, e as ameaças são crescentes, seja da distribuição de conteúdos via Internet ou da própria TV digital, que podem canibalizar o negócio da TV por assinatura.

No negócio da telefonia, uma vez construída a rede, a receita de minutos e de assinatura básica é recorrente, só há custos de operação, manutenção e atendimento. Já o serviço de TV por assinatura tem, além disso tudo, o conteúdo, que é um insumo em grande parte em moeda estrangeira e pouco sensível ao volume na escala atual.

A batalha entre TV e as empresas de telefonia está encerrada. As empresas de telefonia tomaram conta do mercado de TV por assinatura, o que significa que ela realmente representava uma ameaça, com a capilaridade das redes e o sucesso de oferta de banda larga e agora voz pela rede de cabo. Isso prova que a tecnologia está aí e a questão está muito mais associada a modelos de negócios e a restrições regulatórias, ou melhor, à assimetria regulatória. As exigências de qualidade para as concessionárias de telefonia são mais rígidas, porém as responsabilidades perante o cliente são iguais, e cada vez mais o cliente rapidamente vai mudar de provedor se não estiver satisfeito.

TV por assinatura tem como desafios a Internet e a TV digital, e como

oportunidades vê no horizonte a HDTV e o IPTV. Na batalha tradicional entre os operadores de telefonia, esses são ingredientes necessários como parte do pacote triple play, no qual a batalha feroz está se travando pelo controle da banda larga, que é a base da comunicação IP do futuro.

No cenário atual das telecomunicações, a convergência de serviços é um fato apenas sonhado doze anos atrás e que hoje é realidade. Temos, como clientes, a oportunidade de optar pelo serviço melhor e mais barato em um grande número de cidades. Falhas de um ou outro operador passam a ser catastróficas para o operador e não necessariamente para o usuário, que pode ter a democratização do acesso aos conteúdos graças à banda larga.

Boas vindas à Vivendi

TELETIME 128, DEZEMBRO DE 2009

Uma aparente euforia tomou conta do mercado após o anúncio da aquisição da GVT pela Vivendi. Primeiro, pela sensação de que a entrada de mais um peso-pesado no mercado irá aumentar a concorrência, melhorando preços e qualidade das ofertas no mercado de telefonia fixa e banda larga. Segundo, um alívio por não ter se concretizado uma maior concentração dos operadores. Terceiro, uma curiosidade em saber a que vem a Vivendi, já que é um grupo de mídia e telecomunicações praticamente desconhecido no País e sem presença significativa na América Latina.

Na verdade, de imediato nada muda no cenário de mercado, pois a atuação da GVT está bem estabelecida no marco regulatório e o plano de expansão da cobertura territorial deve continuar no mesmo passo. As possibilidades de mudanças significativas no curto prazo são limitadas. Mesmo no aspecto financeiro, a GVT estava bem capitalizada, com o seu bem sucedido processo de captação através da bolsa de valores há dois anos, e a entrada da Vivendi não deve ter um impacto imediato neste item.

A boa notícia é que com o fracasso da aquisição da GVT pela Telefônica foi evitado mais um movimento de concentração, que seria nefasto para o mercado.

Para a Oi, é uma má notícia, pois a Vivendi sem dúvida não limitará sua presença ao Brasil, devendo buscar oportunidades nos demais países da América Latina, estratégia de expansão que está também nos objetivos da Oi.

E é principalmente neste aspecto que damos as boas vindas à nova GVT, pois além de trazer para o mercado, depois de muito tempo, um novo player internacional de peso, mantém-se como uma concorrente que com o sucesso de sua estratégia de negócios e o bom serviço prestado aos seus clientes atraiu muitos investidores e despertou a cobiça de seus concorrentes. Neste caso, evidenciou a oportunidade de entrada de novos operadores internacionais no nosso mercado através de aquisições, já que a política da Anatel e do Ministério das Comunicações tem sistematicamente privilegiado os que aqui estão, favorecendo inclusive as fusões, com a conseqüente redução da concorrência.

O trabalho feito pela GVT é digno de elogios. Ao longo de seus quase dez anos de existência, ela se desenvolveu de forma consistente na oferta de serviços básicos e aos poucos foi se projetando como operador de

atuação nacional, sem alarde e sem pressa, mas mantendo a qualidade, preço e rentabilidade. É lícito dizer que a “espelho” deu certo.

A outra espelho, que era a Vésper, foi incorporada pela Embratel depois de muitas cabeçadas de seus acionistas originais e está ainda se desenvolvendo aos poucos, por falta de foco e muitas opções de tecnologia dentro da própria Embratel.

Vale lembrar que a Embratel só começou a fazer sombra quando acertou sua parceria com a Net, e, com oferta do Netfone, começou a incomodar de fato os concorrentes. Neste caso, vale lembrar que quando a Telmex adquiriu a Embratel, gerou uma expectativa de transformação no mercado, pois a Telmex era também um peso pesado entrando com Embratel, Vésper e posteriormente a Net, que causaria grande reviravolta no mercado. O fato é que não havia nem uma estratégia tecnológica e nem de serviços claramente estabelecida, e além disso há sempre a dificuldade de cultura das organizações, o que na Embratel é uma questão bastante complexa, devido ao histórico e tamanho da empresa.

Neste aspecto, é um ato de sabedoria o anúncio da Vivendi de que deixará a equipe de gestão atual da GVT tocando a empresa por enquanto, até que avalie melhor a cultura, as pessoas e entenda os caminhos de mercado, regulatórios e financeiros.

A questão que se coloca é: qual a estratégia de desenvolvimento que a Vivendi trará para a nova GVT? A Vivendi é uma empresa de conteúdos de mídia com experiência bem sucedida em telefonia celular na Europa, e com experiência em telefonia fixa na África, que pode ou não ser extrapolada para o mercado brasileiro.

As opções estratégicas referem-se sempre à operação triple-play ou quadruple-play. A primeira exige uma participação de distribuidora de TV, e a segunda requer ainda um braço móvel. Estes dois ingredientes são parte integrante da Vivendi, que acrescenta a isto conteúdos. Entretanto, a GVT está ainda longe de conseguir qualquer uma destas condições no marco regulatório.

Para a Vivendi, há muito que aprender e conhecer em termos de país e mercado e em termos de conhecimento da GVT e seu pessoal de gestão, para começar a ajustar a organização e as culturas. O mercado vê a Vivendi como uma incógnita e levará um certo tempo para entender seus objetivos e qual a sua estratégia para o Brasil e América Latina. À semelhança de sua entrada no Marrocos, este não deve ser um ato isolado, mas sim uma estratégia com visão continental. Este processo é lento, e é por isso que acredito que no curto prazo pouca coisa mudará. Resta a expectativa de que esta entrada represente uma mudança. A Vivendi tem a vantagem de comprar uma empresa rentável, focada, que sem dúvida pode ser a base de partida para um projeto de presença regional.

Matando a galinha dos ovos de ouro

TELETIME 133, JUNHO DE 2010

A adesão às novas tendências tecnológicas pelas operadoras nem sempre é acompanhada pelos usuários ou mesmo pelos fornecedores de aplicativos ou terminais. Com isso, muitas vezes há a demora de adoção das novas facilidades ofertadas, seja por falta de uma clara vantagem operativa ou uma melhor experiência do usuário. A implantação das redes 3G seguiu o mesmo padrão. De início, foi oferecido acesso móvel a Internet, mas pela falta de adaptação dos browsers e sites ao tamanho da tela dos celulares e pouca praticidade no uso dos celulares para esse fim, a adoção dos serviços móveis como ferramentas de navegação não correspondeu às expectativas de marketing. E muito menos à expectativa de retorno de investimento pelos acionistas.

A reação inicial do marketing das operadoras foi criar pacotes de tarifas mais baratas para incentivar o uso pela redução do preço. Porém, com o advento do iPhone e de várias opções de smartphones, criou-se um novo paradigma que mudou radicalmente a experiência do usuário, alterando a demanda por estes tipos de serviços e de novos aplicativos. Em paralelo, houve a percepção de que os notebooks (nomádicos) tinham muito mais serventia com a utilização dos modems 3G e acesso ilimitado. O resultado é que houve uma explosão da demanda de dados. Hoje, a soma dos acessos móveis e dos nomádicos faz com que a banda larga via redes celulares já supere o número de acessos pela rede física.

De outro lado, é uma realidade que as comunicações caminham aceleradamente para serem IP. Num futuro não muito distante, serviços de voz, que sustentam as operadoras, serão substituídos pelos serviços de dados. Porém, não há uma certeza ainda se estas receitas de dados serão superiores às de voz. Neste contexto é que retomamos a questão do valor atribuído ao serviço de dados e em que medida as áreas de marketing das operadoras, afoitas em incentivarem estes novos serviços, não estão diminuindo o seu valor e com isso comprometendo o futuro em termos de retorno do investimento.

As tarifas planas ou tarifas para tráfego ilimitado foram introduzidas ainda nos anos 90 nos Estados Unidos para tráfego local e de longa distância, e ainda assim as operadoras ainda existem firmes e fortes. A razão desse sucesso pode ter sido a expansão em paralelo de novos serviços, principalmente os serviços móveis. O fato é que as operações fixas estão encolhendo e a oferta de novos serviços pelas redes fixas é mais

problemática, em particular ao associar valor e receita a estes novos serviços. Já vimos antes esta novela: o IP sendo descrito como o futuro da telefonia fixa. Mas isso não aconteceu, já que para as operadoras é melhor o status quo do que qualquer mudança de modelo tarifário que acabe com a assinatura básica, que é a razão de seu sustento.

As operadoras móveis, por sua vez, não estão conseguindo criar valor para os assinantes que se disponham a pagar estes novos serviços. E embora todos falem em banda larga móvel 3G e até em LTE, a oferta de flat fee se disseminou e ninguém explicou como a equação de retorno dos investimentos vai fechar. Como fazer para que os usuários de alto uso (heavy users) mantenham ou mesmo aumentem seu ARPU com novos modelos tarifários?

Uma das questões-chave é que com o acesso ilimitado à Internet, o usuário logo estará falando via IP, sem contribuir para a operadora. Antes, o usuário precisava comprar o aplicativo de VoIP da operadora. Agora, nem isso. Até agora as operadoras controlavam totalmente os seus parceiros, e as práticas de revenueshare estão estabelecidas e controladas pelas operadoras. Com a banda larga móvel, este controle deixa de existir. Mas a responsabilidade de garantir a entrega de dados com qualidade continua sendo das operadoras. Uma das possibilidades é que a operadora seja remunerada pelas application stores. Estas lojas virtuais poderiam, no limite, pagar algum tipo de tarifa de interconexão pelo uso da rede, como exemplo.

Na visão que se tinha antes da introdução das redes 3G, a expectativa de tráfego de dados era em gigabits. Posteriormente, identificou-se que o desenvolvimento dos países estava associado ao tráfego de dados e que um indicador de desenvolvimento não estaria só ligado ao produto interno bruto, mas também a um indicador de tráfego de dados na casa de dezenas de terabytes. Hoje a realidade de desenvolvimento da banda larga móvel eleva estes números à casa de exabytes. Este tráfego gerado pelo modems acoplados aos notebooks e mais recentemente agregado o tráfego dos smartphones impacta as redes de acesso, backhaul e também as redes de sinalização, pois os smartphones mantêm sessões abertas para muitos de seus aplicativos, diferentemente dos notebooks.

O fato é que as conexões de banda larga móvel já superam, no Brasil, as conexões de banda larga fixa. O tráfego cresce e é necessário investir em capacidade de rede, capacidade de sinalização e backhaul. De onde vem o retorno a estes investimentos? A obrigação de qualidade perante o usuário é da operadora celular, mas a receita pode não ser correspondente. As operadoras móveis, ao adotarem a tarifa plana para dados, partiram para um modelo de incentivo de uso, acelerando a demanda de tráfego, sem uma correspondente contrapartida de receita. Tiveram que recuar. Criar valor no serviço de dados é o desafio para evitar que o serviço degrade, juntamente com

a rentabilidade do investimento das operadoras de serviços móveis.

Ao final, alguém tem que pagar a conta, pois o investimento é real. E deste investimento é que dependem as novas evoluções da tecnologia, como o LTE e LTE Advanced.

As operadoras celulares têm um ativo incrível, mas ainda pouco explorado, que é o conhecimento dos usuários. Sabem onde estão suas preferências, informações estas que nenhuma application store terá. Na utilização inteligente deste conhecimento está, provavelmente, a resposta sobre como gerar as receitas necessárias a partir dos investimentos em banda larga móvel.

O espaço de cada um

TELETIME 135, AGOSTO DE 2010

A maior parte das outorgas de TV por assinatura já tem mais de vinte anos. Este mercado se desenvolveu em um ambiente de competição desde os seus primórdios, apesar do senso comum apontar no sentido oposto. Foi o primeiro segmento a ser desenvolvido inteiramente pela iniciativa privada e o modelo foi de mais de uma outorga por município, principalmente nos maiores mercados. Diversas tecnologias se apresentaram como opção para os investidores privados, e inicialmente optaram por soluções de rádio (MMDS) ou satélite (ainda na banda C), por requerer menor investimento de capital inicial.

O cabo veio a seguir, as empresas começaram a cabear domicílios e as obrigações das outorgas impuseram cobertura de até 90% dos domicílios. O grande investimento requerido gerou um demanda por capital, demanda esta resolvida por investidores ou empréstimos (na maioria dos casos, ambos).

O negócio era de TV por assinatura, e a crença de marketing era de que o controle do conteúdo é que resultaria em conquista de mercado e domínio desta ou daquela praça. Com o passar do tempo, os empresários do setor finalmente entenderam que são dois negócios distintos e com características próprias: o negócio de distribuição de sinal com pacotes de canais de entretenimento, conhecido como TV por assinatura, e o negócio de conteúdo associado à criação de programas, séries, novelas, filmes e seu empacotamento em canais com grades de diferentes conteúdos ou em canais temáticos segmentados. A tentativa de operadores de telecomunicações de entrarem na produção de conteúdos não mostrou ser uma estratégia de sucesso até o momento, nem aqui e nem em outros países.

As tecnologias de distribuição via cabo, satélite ou MMDS estavam em uso e disponíveis. Muitas redes de cabo já foram construídas bidirecionais no final do século passado, com vistas à abertura do mercado para telefonia e Internet. Novas tecnologias se incorporaram, como a distribuição por IP e a telefonia por cabo.

Depois de muitos anos, anunciam-se novas licitações de outorgas de TV a cabo. Mas vale lembrar que os maiores mercados já estão atendidos. Assim, os municípios em questão são de pequeno porte, e executar uma rede de cabos com cobertura para 90% dos domicílios requer um investimento importante, além de uma dependência enorme de autorizações e permissões municipais e de eventuais acordos de compar-

tilhamento de postes ou dutos, o que é tarefa complexa para qualquer município. A liberação de múltiplas outorgas para pequenas cidades não tem como objetivo estimular a competição, pois a viabilidade dos projetos será sempre questionada, mesmo com a oferta de banda larga e telefonia. Acredito que a competição entre operadores de TV a cabo para novas outorgas em municípios deste porte é extremamente questionável. Se o objetivo é competição na entrega de TV por assinatura, deve-se olhar para os outros concorrentes que já atuam nestes mercados, quais sejam, os operadores de telefonia e os sistemas de satélite DTH, que já atendem parte da demanda destes mercados.

A tese de que múltiplos operadores no mesmo mercado, por si só, viabilizam mais a competição não é uma verdade. Pode ser um engano fatal para quem se lançar neste negócio como pequeno investidor. TV por assinatura tem se caracterizado como mercado para as classes A e B, que está atendida onde já existe o serviço.

A solução para estimular a penetração dos serviços é a criação de ofertas compatíveis com as classes C e D, em geral excluídas pelo custo dos pacotes. É com a ampliação da base de mercado através da inclusão de uma parcela maior do público e a oferta de pacotes mais baratos que se pode criar condições para viabilizar a competição.

A pergunta que surge é se há mercado para mais de um provedor de TV a cabo para cada um dos novos municípios em cogitação. A idéia de pulverizar as licenças é atrair pequenos empreendedores locais ou regionais, que pode eventualmente facilitar a construção de redes de cabos nestas localidades. Porém, sem economia de escala, tanto na construção quanto na negociação de conteúdos, os desafios serão grandes. Mesmo que assim seja, o desenvolvimento de serviço de TV por assinatura em pequenas cidades é viável e permite projetos de boa qualidade técnica e com bom atendimento. Para isso, contudo, é preciso haver limite no número de outorgas, pois a falta de viabilidade econômica poderá resultar em degradação da oferta e comprometimento do serviço. O interesse dos pequenos empreendedores é vender com lucro o seu investimento, e rápido. O interesse dos grandes grupos atuando neste setor é ganhar escala, e para isto buscam a compra de operações bem sucedidas como uma das formas de crescer. A ideia de pulverizar o mercado é uma quimera e as fusões e aquisições no mercado de telecom ao redor do mundo demonstram a necessidade de buscar tamanho como justificativa de escala para aumentar o poder de compra, reduzir custos e esconder as ineficiências.

A tecnologia adequada para cobrir o Brasil pode ser satélite, cabo ou MMDS. No jogo local, vai ganhar quem oferecer o maior pacote pelo melhor preço. E chegando antes, ganha-se a lealdade do cliente. O DTH fica prejudicado na oferta triple play, a menos que combine pacotes com outras operadoras ou faça um bundle com o uso de outras tecnologias, como é o caso do WiMax.

A tecnologia mudou, assim como a regulamentação e a procrastinação das novas outorgas criou um cenário de fato. Falar em TV por assinatura como um segmento isolado não é mais pertinente. O segmento hoje em dia é uma combinação de TV, banda larga e telefonia, e os players podem vir de qualquer destas origens, devido às disponibilidades das tecnologias. A dependência de acordos de compartilhamento de postes ou de dutos coloca os pequenos empreendedores locais em nítida desvantagem.

Assim o jogo é de gente grande no médio e longo prazo, e a discussão sobre a entrada dos operadores de telecom no mercado de TV por assinatura é extemporâneo. A situação de fato faz com que os maiores grupos de telecomunicações já tenham participação expressiva no setor de TV. Mais uma vez, o atraso nas definições da regulamentação é atropelado pelos fatos. A oferta triple play é a bola da vez e todos os operadores têm que estar aptos a oferecer estes serviços.

Busca do equilíbrio

TELETIME 154, MAIO DE 2012

A questão que vem sendo enunciada continuamente e ainda não tem uma resposta é como vai se reequilibrar o modelo de negócios para que as empresas de telecom possam retomar seu quinhão na cadeia de negócios do universo dos Serviços de Valor Adicionado (SVA), sobretudo ante a ameaça crescente de serviços over-the-top (OTT), como Google, Facebook, Amazon e Apple.

Desde a introdução do WAP, as operadoras de telecomunicações viram a oportunidade de crescer suas receitas além dos minutos de voz e estimular o tráfego de dados com receitas de valor adicionado. Porém, o universo das aplicações é muito maior do que pensavam até então, e a briga pelas receitas de conteúdos enfrenta outros grandes do mercado, mais habituados com o mundo da Internet do que as empresas de telecom.

As telecomunicações móveis e as fixas oferecem uma ampla rede de banda larga, com velocidade e qualidade, e é sobre essa infraestrutura que reside a espinha dorsal da sociedade moderna. A banda larga é essencial para a economia. Sem ela, não há agilidade para manter as transações internacionais. É fundamental no desenvolvimento social, nas atividades colaborativas por redes sociais, no acesso à educação e na participação nos meios produtivos. Sem banda larga, o mundo entraria em colapso.

O mercado de telecomunicações, contudo, tem alto grau de regulação por parte dos governos. É o que assegura o melhor uso de recursos escassos, em especial o espectro de frequências, e também para propiciar melhores condições de competição para que os consumidores tenham serviço a preços competitivos e com qualidade cada vez melhor.

Em outra vertente, a tecnologia de telecomunicações segue se desenvolvendo em velocidades que desafiam princípios básicos de amortização de investimentos e que chegam a atropelar a regulação. Novas fronteiras são rompidas antes que as regulações regionais tenham se adaptado aos patamares anteriores.

A grande maioria dos operadores é privada. São empresas oriundas de monopólios estatais e sujeitas a regras de retorno de investimentos que cada vez afeta mais acionistas no mundo todo. O que se viu nos últimos 15 anos foi a proliferação de investimentos privados suportando a gigantesca expansão dos serviços móveis e de banda larga, fixa e móvel. Sem dúvida suportados por um modelo econômico baseado em MOU (minutos de uso) e que tinham um retorno adequado para os investimentos feitos.

Acontece que a contínua evolução tecnológica já não permite completar

os ciclos de amortização destes investimentos. A invasão dos smartphones faz com que o tráfego de dados cresça a uma velocidade sem retorno de receita correspondente, e cada vez as operadoras de telecomunicações estão vendo menos receitas associadas a este crescimento.

Estamos vendo uma situação em que as OTTs são as maiores usuárias desta expansão de redes e de ofertas de smartphones. Mas não estão nem aí para os investimentos que têm que ser feitos para permitir cobertura e evolução das redes de acesso. São empresas, na sua maioria, oriundas do modelo de Internet, onde se beneficiam da rede para gerar modelos de negócio baseados em informação e publicidade, ou comércio de bens que se mostram bilionários. Acontece que estas empresas não entendem o negócio de telecomunicações e sua demanda por investimentos. Sua postura é de que aquela facilidade de rede de alta velocidade IP tem que estar ali, disponível e com qualidade. O equívoco é que estas redes foram supridas pelo capital privado, que tem o mesmo objetivo de retorno de investimentos que as OTTs. Caso as operadoras de telecom não tenham como justificar este investimento, a falta de infraestrutura afetará diretamente o negócio das OTTs.

Se as operadoras de telecom não investirem, teremos impacto direto no nosso modo de vida e na economia mundial. Logo, há um problema que exige diálogo e uma solução que envolva a revisão do modelo de negócio. Mas para isso os governos e agências reguladoras têm que atentar para a simetria regulatória e de impostos, de modo a permitir que a atuação dos diferentes players seja reequilibrada.

Caso não se chegue a uma solução de equilíbrio, os governos passarão a ter que investir e disponibilizar infraestrutura fixa e móvel de banda larga, o que pode ser bem complicado nos dias de hoje.

Uma das formas das empresas OTTs participarem da remuneração seria uma espécie de tarifa de interconexão, a ser cobrada desses provedores de conteúdo. Mas é uma situação bastante improvável, pois trata-se da Internet. E também porque um mecanismo destes não pode ser resolvido localmente, tem que ser um acerto global, uma situação nunca antes tentada ou vista. As negociações bilaterais tendem a reproduzir o já vivido nas negociações de conteúdo para TV por assinatura, com prevalência de poder de mercado, criando controle de uma sobre a outra.

As operadoras não desistem de querer participar do mercado de valor adicionado, mas não acham solução para sua batalha maior com as OTTs, que são as maiores consumidoras de banda e requerem maior investimento na sua infraestrutura. Suas oportunidades estão em aplicações verticais e especializadas.

A verdade é que as operadoras são precursoras de tecnologias e facilitadoras de aplicações que utilizem as suas redes. Chamá-las de dumbpipe é injusto, já que são elas que criam as condições para os novos serviços e aplicações e estão sempre na vanguarda na busca de novas receitas.

Mas os operadores de telecom querem prover serviços de valor adicionado. É um desejo que sempre esteve nos seus planos, haja vista o cloud computing agora, mobile payment e electronic wallet, além de mobile health e a casa conectada.

Terceirização de torres e sites

TELETIME 162, JANEIRO DE 2013

Os sites das operadoras celulares já superam os 50 mil no Brasil e o aumento de cobertura e de capacidade fazem com que este número tenha que crescer significativamente, consumindo parte importante dos recursos de expansão das operadoras. Na sua maior parte, as torres estão carregadas de antenas e perto de sua capacidade máxima. É cada vez mais difícil obter autorização das prefeituras para a instalação de novas antenas. São limitações de todas as naturezas.

Com a entrada da tecnologia 4G na banda de 2,5 GHz, acrescentam-se mais dois fatores: a maior densidade de antenas para garantir cobertura e a diretriz de compartilhamento de torres e estações radio-base (ERBs), para minimizar o impacto urbanístico, o que torna mais complexa a implantação de novos sites. Com este cenário, é natural que as operadoras estejam adotando no seu planejamento de expansão o compartilhamento de torres e sites, além de estratégias como alugar e trocar uso de estruturas. Outra alternativa é terceirizar a exploração das torres.

A operação de transformação de Capex em Opex tem sido utilizada há algum tempo por diversas operadoras. Vendem um ativo como as torres por seu valor em livros ou um valor estratégico e celebram um contrato de aluguel por muitos anos, como forma de remuneração do comprador. É um tipo de leaseback que ajuda a financiar as expansões das operadoras ou a pagar as dívidas. Esta é a origem do modelo de negócios das operadoras ou administradoras de torres, conhecidas no mercado internacional como towercompanies. É uma equação que depende de vários fatores e que, em geral, demanda uma negociação de valores delicada e que tem como limites o retorno do investimento inicial feito pela operadora de torres, obrigações de parte a parte, possibilidades de compartilhamento e aumento de receitas com outras operadoras, além do tempo remanescente da autorização das operadoras envolvidas.

É bom lembrar que os movimentos serão alternados, pois os acionistas estão mais interessados em apresentar bons resultados operacionais e é desejável reduzir os custos de operação, pois às vezes precisa-se de capital para investir ou pagar as dívidas. Nesses casos é que uma operação de leaseback de ativos é a recomendada.

As operadoras de torre atuam no Brasil há mais de uma década em

pequena escala, mas nos últimos dois anos, com a ampliação das redes 3G, houve uma movimentação propícia à sua proliferação. No fim do ano passado teríamos da ordem de seis mil torres administradas, e a tendência ao longo deste ano é dobrar este número, chegando entre 15% a 20% das torres instaladas.

É razoável, portanto, assumir que o mercado brasileiro já está maduro para a consolidação de companhias especializadas em administrar sites através de novas aquisições de sites das operadoras, ou através de incorporação de pequenas empresas por grupos economicamente mais fortes.

Este cenário fundamenta a oportunidade, mas a característica do mercado de telecomunicações requer uma ação mais dinâmica que não apenas uma gestão financeira de ativos. Os aspectos de planejamento, estratégia e evolução tecnológica, bem como as alterações legais e regulatórias, fazem com que exista uma oportunidade para que a proposta de negócios e missão destas empresas administradoras de sites ou antenas tragam maior valor agregado para as operadoras. Algo além de uma operação de financiamento de longo prazo.

Neste aspecto, cabe lembrar que se debate uma lei de antenas, que existem regulamentos de compartilhamento de torres para o 4G que, por si só já trazem uma oportunidade de diferenciação, assim como o conceito de construir para atender necessidades específicas em troca de um compromisso de utilização e aluguel de longo prazo (build to suit), cujo prazo para este tipo de operação é de 15 anos para mais. A questão que requer também uma proposta de valor é como tratar as ampliações de capacidade de sistemas irradiantes.

Uma proposta mais ousada e complexa é quando se trata da administração dos sites completos, e mais ainda de compartilhamento destes sites. É um escopo que transformaria as operadoras de torres em administradoras de sites, com implicações técnicas e estratégicas muito maiores. Esta opção, além das naturais dificuldades inerentes ao roll-out de redes de acesso, tem a dificuldade adicional de que as redes celulares são como seres vivos, que precisam se adaptar continuamente ao ambiente, notadamente ao crescimento de usuários e de tráfego. Nas próprias operadoras, a responsabilidade de roll-out e de otimização está dividida entre engenharia de projeto e operação. Mas, apesar das dificuldades atuais decorrentes do crescimento experimentado até hoje e da expectativa de crescimento nos próximos anos, num futuro não muito longínquo as redes tenderão à estabilização, e aí a terceirização de sua administração e dos sites associados será mais fácil de executar, e mais interessante para todas as partes.

Vale a pena lembrar que em termos de infraestrutura de cobertura de redes móveis já existe um segmento que permite a total terceirização da construção e da operação com uso compartilhado por todas as operadoras. Tratam-se das redes indoor para grandes edifícios,

shopping centers, estádios, arenas e aeroportos, serviço que pode ser prestado por uma empresa, como as administradoras de torres, ou fornecedores com braços em prestação de serviço (ver entrevista nesta edição com a NEC), ou as próprias administradoras ou concessionárias dos edifícios públicos. Hoje, as operadoras já se consorciam para a realização destes projetos e, seguramente, veriam com bons olhos esse modelo de negócio.

Fornecedor não é remédio

TELETIME 169, SETEMBRO DE 2013

A cadeia de valores da indústria de telecomunicações está cada vez mais distorcida e mais injusta com os fornecedores. Com a crescente competição entre operadores e com os serviços over-the-top, a situação de rentabilidade das operadoras fica mais e mais comprometida. Os encargos com dívidas e as obrigações com os acionistas fazem com que sobre menos dinheiro para as crescentes demandas de evolução tecnológica das redes e para atender à demanda por mais banda. Sobra a pressão para os fornecedores, na forma de redução de preços, prazos maiores de pagamento (quando há o pagamento), e a responsabilidade por continuar investindo em tecnologia para acompanhar as demandas dos clientes e dos órgãos reguladores.

A situação é mais complicada para as empresas triple ou quadruple play que tenham redes ou sistemas legados antigos e que por isso carregam larga ineficiência. Melhor a situação de empresas mais novas e de nicho, mais focadas e que podem fazer redes modernas e sem o ônus de sistemas e clientes antigos.

O número de clientes em disputa pelo mercado é bastante limitado, e o número de fornecedores em toda a cadeia é bastante limitado também. É comum falarem em parceria entre operadoras e fornecedores, mas o que se vê é muito mais um cenário de busca de redução de preços por um procedimento licitatório que tem características autodestruidoras e que tem como resultado final a perda de qualidade de serviço e a deterioração cada vez maior dos resultados das empresas fornecedoras, com a perda de sua capacidade de investimento em tecnologia.

A construção de uma verdadeira parceria deveria passar por algum conceito de fidelização, para que o esforço de ambas as partes tivesse longa duração. Isto não significa fornecedor único, que tampouco é saudável, mas significa um esquema de parceria que privilegie o “total costofownership” e não o investimento imediato, que pode ser medido no resultado de uma compra pontual.

Tivemos nos últimos anos algumas tentativas, que não foram bem sucedidas, particularmente em serviços gerenciados, onde o grande problema foi a necessidade de transferir para o parceiro as ineficiências da estrutura da operadora, seus ônus trabalhistas. Com a pressão sobre os preços a transferência das atividades, ficou inviável, e em alguns casos resultou na devolução da atividade e dos contratos para

as operadoras, sem que fossem atendidos os objetivos de redução de custos e aumento de eficiência.

Qual a saída para esta situação? Existem várias verdades indiscutíveis: as empresas necessitam buscar eficiência e redução de custos para manter sua rentabilidade; existe um legado de sistemas, redes, pessoal e processos que engessam as empresas e que funcionam como travas para impedir as mudanças necessárias para melhorar eficiência e competitividade; os fornecedores de serviços e produtos só podem assumir a sua parcela de responsabilidade pelo equilíbrio das contas das operadoras.

A necessidade de caixa para pagar dívidas ou para investir oferece outro tipo de oportunidade, que não é exatamente uma parceria, mas sim operações de leaseback, com características quase de empréstimo bancário, como as de “venda” de torres para operadoras especializadas com o compromisso de pagamentos mensais pelo uso por longos prazos. Este tipo de operação aparece ser também viável para backbones ou outros ativos não estratégicos. Estas operações hoje têm mais um cunho bancário de leaseback e têm uma grande possibilidade de avanços com ganhos tecnológicos, compartilhamento de sites e otimização de redes ainda a serem explorados.

Parcerias para o compartilhamento de sites já são bastante sedimentadas no mercado, ainda têm muito espaço para crescer e melhor ficarão quando as empresas que detenham o controle dos sites sejam neutras e independentes, podendo prestar uma maior gama de serviços.

Acho que a situação do setor requer criatividade para a adoção de novos modelos, ou mesmo viabilização de modelos já existentes, aprendendo dos erros do passado. A palavra parceria tem muita força e pode ser entendida com diferentes amplitudes. O fundamental é que uma parceria envolve ambas as partes, e deve ser um acordo justo e bom para ambas as partes. O conceito de qualquer parceria de sucesso tem que ser o ganha – ganha, ou seja, deve ser bom para todas as partes envolvidas em termos dos resultados esperados, da qualidade, da fidelização e rentabilidade para todos. Se não for assim não será uma parceria, será mais um passo no caminho da canibalização do setor.

3^a capa



PONTO & CONTRAPONTO

CLAUDIO DASCAL

Este livro traz uma coletânea de artigos escritos por Claudio Dascal ao longo dos 15 anos que atuou como articulista da Revista TELETIME, especializada no setor de telecomunicações. Trata-se de um setor ao qual Dascal se dedicou durante a maior parte de sua vida profissional no Brasil e no exterior. Engenheiro Eletrônico formado pela escola Politécnica USP, Dascal participou ativamente da Campanha de Alfabetização Paula Souza enquanto ainda era estudante. Percorreu uma trajetória brilhante como engenheiro, com visão estratégica no gerenciamento e administração executiva de diversas empresas. Na sua trajetória profissional, contribuiu significativamente nas diferentes empresas em que trabalhou, tais como: Telefunken (Brasil), Tadiran (Israel), Elebra (Brasil), Alcatel (Espanha), Amdocs (Brasil) e Grupo Abril (Brasil). Hoje, Dascal desenvolve diferentes projetos nacionais e internacionais como consultor e preside a Celplan Tecnologia.